

2025 中国康养产业趋势报告



人民政协报

人民政协报文化传媒有限责任公司



北京百慧信息咨询有限公司

Contents

PART 01

研究概述

PART 02

产业分析

PART 03

用户分析

PART 04

优秀案例

PART 05

总结建议

PART 06

附录



PART 01

研究概述

以专业的调研方法，资深专家指导，助力康养产业发展

/// 报告声明

项目周期



- **项目执行周期**：2025年10月13日-2025年12月1日，共计35个工作日
- **消费者数据调研周期**：2025年10月31日-2025年11月18日

数据来源



报告所用数据主要来源于三大维度：

- **一手数据**：消费者定量调研采集的原始数据（定量调研对象为18岁以上成年人群，样本分布在中国大陆（不含港澳台）31个省级行政区域（包括省、自治区、直辖市）；共计成功回收2,535份问卷，抽样误差 $\pm 1.95\%$ ）
- **二手数据**：公开可查的市场行业信息、权威机构发布的产业数据
- **康养领域专家深度访谈记录及观点**

所有数据均经过合规筛选与核验，确保基础信息的客观性与有效性

版权声明



- 本报告由人民政协报文化传媒有限责任公司委托北京百慧信息咨询有限公司编制完成，**全部版权归人民政协报文化传媒有限责任公司所有**（以下简称“本公司”），报告内包含的文字、表格等全部内容均受《中华人民共和国商标法》、《中华人民共和国著作权法》等相关法律法规保护；其中部分文字与数据采集自公开信息，其相关权益亦归本公司所有。未经本公司书面许可，任何组织或个人不得以复制、传播、改编、转载等任何形式使用本报告内容
- 任何未经授权的商业性使用行为，均涉嫌违反《中华人民共和国著作权法》及其他相关法律法规、国际公约规定，本公司将保留追究其法律责任的权利

免责条款



- 本报告中的行业数据、趋势洞察等结论，系研究分析师通过案头研究、一手消费者定量调研数据统计分析等方法得出，仅作为市场参考依据，不构成任何投资、决策的直接依据
- 受数据获取范围、研究方法局限性等客观因素影响，本公司不对报告中数据的完整性、准确性、时效性做任何明示或默示的保证，亦不承担因使用本报告数据/观点引发的任何法律责任
- 任何机构或个人援引、基于本报告信息采取的任何行为，其产生的全部法律后果均由行为人自行承担，与本公司无涉

研究价值：推动康养产业发展、助力产业升级



老龄化进程持续加速

截至2024年末,全国60周岁及以上老年人口31,031万人,占总人口的22.0%,老龄化进程持续加速



“健康中国2030”战略升级

面对因生活方式变化而日益严峻的慢性病负担,健康已成为关乎国家发展与民族复兴的重要战略议题,且随着老龄化加速,国家“健康中国2030”战略全面推进



健康意识与消费需求升级

在健康消费领域,人们的观念与需求呈现出新的特征:愈发追求高品质、个性化的健康产品及服务

“康养产业迎来前所未有的发展机遇,正逐步成为推动经济高质量发展的重要支柱”

研究宗旨

推动康养产业高质量、可持续发展 助力产业升级

顺应康养产业发展趋势,把握产业动态、厘清发展方向,已成为推动行业持续健康发展的关键所在。本项目旨在通过科学、系统的数据收集与深度分析,撰写具有前瞻性与实践指导意义的《2025年中国康养产业消费趋势报告》。报告将全面梳理产业市场特征、发展趋势、消费行为变化、市场需求特征与未来发展方向,为相关企业提供精准、可靠的决策参考,助力企业在产业升级中把握机遇,共同推动康养产业实现高质量、可持续发展

研究方法：定量定性结合分析，从需求端、产业端及第三方多维度探究趋势

基于权威数据，结合科学调研方法与产业多角度分析，探究产业趋势



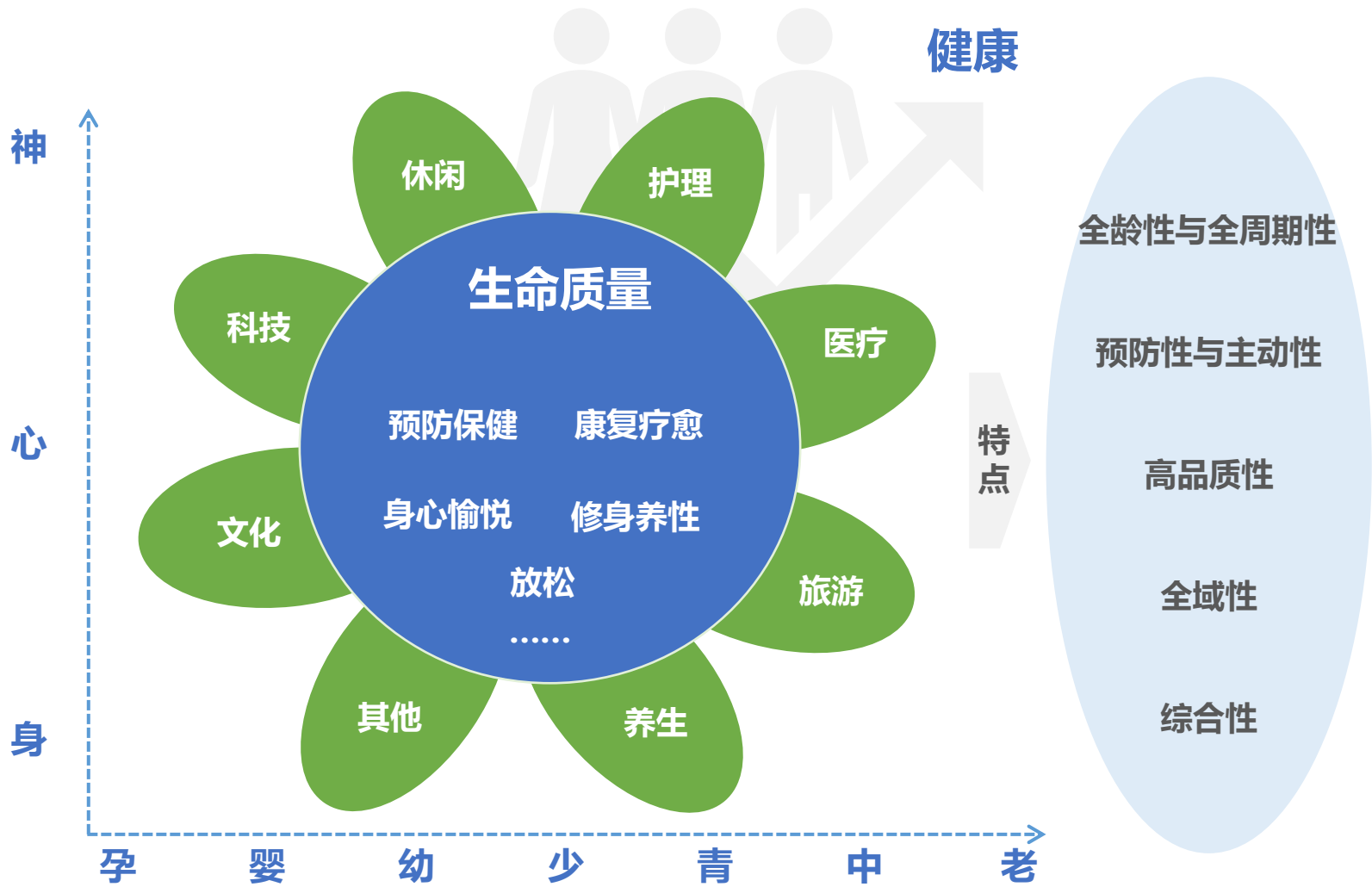


PART 02

产业分析

中国康养产业正从单一养老迈向全龄融合的生态体系，在政策与市场双轮驱动下规模持续扩张。面对发展瓶颈，产业需通过智慧赋能与生态协同，迈向高质量发展新阶段

/// 康养定义： 康养是一种贯穿全生命周期的主动健康实践。其产业并非相关领域的简单叠加，而是一个深度融合、相互促进的协同生态



- 特点
- 全龄性与全周期性
 - 预防性与主动性
 - 高品质性
 - 全域性
 - 综合性

涵盖全生命周期的“身”“心”“神”

- 以提升生命质量为核心，以健康为导向，针对全人群和全生命周期，通过养生、休闲、旅游、医疗、护理等方式，实现预防保健、康复疗愈、身心愉悦的持续性活动和产业形态的总和

“1+1 > 2”，并非简单的相加

- 康养产业与健康、养生、养老高度融合，也与休闲娱乐、运动、文化、医疗紧密联系，但不是这些项目的简单相加
- 本质上，康养是这些领域中，主动维持身、心、神健康的生活方式，它并非孤立存在，而是相关领域通过内在耦合与协同作用，共同服务于生命质量的管理与提升

森林、海洋、温泉、社区、养老中心、健身房.....

/// 康养的价值与意义： 康养是产业概念，更是关乎每个人、全社会乃至国家未来的发展战略和生活方式



个人层面

- **提升健康水平：**通过科学手段改善身体状况，延缓衰老，管理慢性病
- **缓解精神压力：**提供逃离日常、放松身心的环境，促进心理健康
- **提高生活品质：**获得更好的生活环境、更丰富的文化娱乐活动和更优质的社会交往
- **实现自我价值：**在健康的状态下，能更好地追求个人兴趣和事业

对个体生命质量的意义

社会层面

- **应对人口老龄化：**为庞大的老年群体提供多元化的养老服务，减轻家庭和社会的养老压力
- **降低医疗成本：**通过预防保健，从源头上减少疾病发生率，节约社会医疗资源
- **促进社会和谐：**提升国民整体健康水平和幸福感，有利于社会稳定与发展
- **推动健康中国建设：**康养是实施“健康中国2030”战略的重要抓手和具体实践



经济层面

- **创造新的经济增长点：**康养产业产业链长、覆盖面广，能带动大量相关产业发展
- **促进就业：**催生大量新的职业岗位，如健康管理师、康复治疗师、养老护理员、康养旅游规划师等
- **优化产业结构：**推动服务业向高品质、多样化升级，促进一、二、三产业的深度融合（如“康养+旅游”、“康养+地产”、“康养+保险”等）

对产业转型升级的意义



对人类社会发展范式的意义

/// 康养发展历程：从需求萌芽到战略升级，康养产业正从“离散业态”向“链条化”聚拢



从概念提出，到产业独立、政策深化，再到资源整合与国家战略升级，康养产业正从基础养老与疗养的单一需求向“多业态融合+专业化分工”进阶

离散业态向融合共生拓展发展期

萌芽期

80年代-2009年

康养相关服务形式极为单一，核心是**基础养老与疗养**。产业主体以养老院、疗养院为主，服务对象集中于老年群体和特殊疗养人群，仅能提供日常照料、基础医疗护理等简单服务，设施简陋且服务内容同质化严重。此时市场对“康养”概念尚无清晰认知

概念突破与政策萌芽期

2010-2015年

- 2010年攀枝花提出“康养”理念，成为国内康养产业的首倡者
- 2014年是关键节点，首届中国康养产业发展论坛在攀枝花举办，攀枝花与秦皇岛开启“一南一北”的**康养产业互动模式**
- 2014年，民革中央向向中共中央、国务院提交了《关于大力发展康养产业的建议》，推动康养产业上升到国家政策层面，各地逐步关注康养产业的潜在价值

政策驱动与快速扩张期

2016-2020年

- 政策密集扶持期，业态快速丰富
- 2016年国务院颁布《“健康中国2030”规划纲要》，将健康中国上升为**国家战略**
- 2017年多部委联合发布《关于促进健康旅游发展的指导意见》，进一步推动康养与旅游深度融合
- 各地纷纷发力，打造出温泉养生、森林康养等多种类型的康养项目，**康养不再局限于老年群体**，开始覆盖不同年龄段的养生、康复、休闲需求

2021年至今

- 康养产业正逐步进入**多产业深度融合、智能化升级**（智能化技术广泛应用，大数据、人工智能等不断应用）且助力社会发展的新阶段，资源整合与产业链不断延伸
- **2024年国家发布银发经济一号文，康养产业进入新阶段**。涵盖健康管理、文化旅游、精神心理等多元化需求，并开始探索**跨行业资源整合与产业链延伸**
- 2025年，国家及地方出台较多促产业融合相关政策，促进**康养产业链条化、融合化、专业化的发展**

未形成完整产业链，需产业专业化分

当前仍处于“离散状态”，未形成完整产业链，需通过三维空间定位（健康状态、生命维度、年龄群）推动产业专业化分工

——何莽，中山大学旅游学院副院长

2025年中国康养产业发展特点：政策落地引领标准化进程，科技赋能驱动智慧转型，产教融合构建人才体系，多元业态加速产业融合

1、顶层设计落地元年

以《医养结合示范项目工作方案（2025年版）》为代表的国家战略进入全面实施与评估阶段

- 其核心内容不再是“鼓励”或“探索”，而是明确了具体的示范标准、实施路径、资金支持和评估体系，标志着“医养结合”从理念倡导进入了标准化、规模化发展的新纪元

3、标准体系逐渐完善

从“无规可依”到“有章可循”，标准体系不断完善

- 2025年11月民政部、市场监管总局联合发布《养老服务标准体系建设指南（2025版）》，优化框架结构、调整扩充标准覆盖范围、完善体系编码
- 2025年12月文旅康养产业发展大会（池州）发布《康养旅居目的地建设与服务规范》团体标准：首次明确康养旅居的“疗愈因子体系”（气候、森林、中医药等6大类指标），同步启动长三角康养旅游圈共建行动

5、产教融合加速，构建人才体系

康养产业学院赋能人才专业化发展，助力产业高质量升级

- 2025年3月教育部办公厅、国家卫生健康委办公厅发布《关于加强高等职业教育医养照护与管理专业建设工作的通知》，促进康养人才体系的构建
- 2025年10月三亚理工职业学院康养产业学院成立，同时建立了康养旅游校外实践教学基地
- 2025年承德热河康养产业学院成立，定位为覆盖康养全产业链的综合性培训
- 同期，聊城、无锡、忻州、济南莱芜等多地开始成立康养相关学院，助力产业人才的发展

2、“智慧康养”加速落地

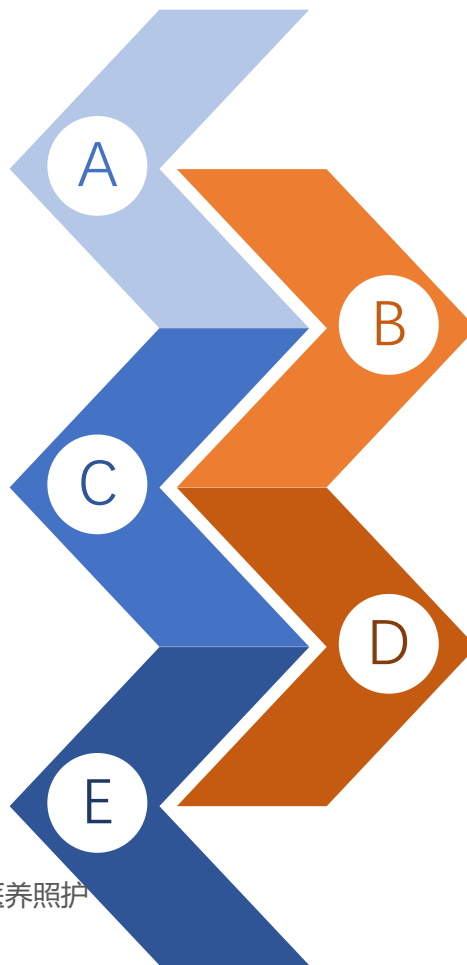
科技赋能康养：机器人与+AI 大模型驱动康养产业加速升级

- 2025年以AI大模型、物联网（IoT）、可穿戴设备和康养服务机器人为代表的“硬核科技”正式成为核心生产力工具：2025年6月11日，在上海国际养老、辅具及康复医疗博览会上，苏州企业推出了专为康养场景打造的智能服务机器人“小麦”
- 2025年9月工业和信息化部、民政部又联合公布《智能养老服务机器人结对攻关与场景应用试点项目名单》，32个项目入围智能养老服务机器人结对攻关与场景应用试点项目名单，加速智慧康养发展
- 多款 AI 机器人落地深圳颐养院，以助行、清洁、应急联动，破解中重度失能照护难题

4、产业加速融合

“生态共生”、产业集群化发展；文旅康养、森林康养等加速融合

- 2025年8月，成都市试点将森林康养纳入高危人群慢性病管理医保支付，加速医保与康养的融合
- 2025年11月南通举办的长三角智慧康养嘉年华集中签约奥咨达医工转化、立合生命科学新药研发、科诺博工细胞工厂等十余个项目，覆盖创新疗法、医疗器械、智慧医养等领域，促进产业生态化、融合化发展
- 2025年海南、贵州、浙江、江苏等地纷纷出台“文旅康养、森林康养等相关产业融合政策



2025年政策驱动产业发展：国家战略引领、产业融合深化与地方特色落地的全方位布局

政策范围	政策类型	政策名称	颁布年份	主要内容	对产业的作用
国家政策	战略引领类	《"健康中国2030"规划纲要》	2016年 (持续实施至2030年)	确立大健康产业战略地位，推动健康与养老、旅游、文化、体育、互联网、健身休闲、食品融合	奠定康养产业顶层战略框架，明确产业融合方向
		《医养结合示范项目工作方案（2025年版）》	2025年	每两年评估一次，计划到2030年完成创建，旨在通过评选示范县和示范机构，发挥引领作用，扩大优质服务供给	明确了2025年及后续的创建目标、标准和流程
		《关于开展医养结合促进行动的通知》	2025年	核心目标是到2027年底，提升医养结合服务能力	明确部署了具体任务
	健康消费促进类	《促进健康消费专项行动方案》	2025年	推进智慧养老与适老化改造；扩大医保覆盖	规范市场秩序
	养老服务深化类	《关于深化养老服务改革发展的意见》	2025年	建设县乡村三级养老服务网络；统筹居家、社区、机构养老	激发市场活力
	普惠养老推进类	《促进普惠养老服务高质量发展的若干措施》	2025年	提质普惠养老服务，推广智能设备	扩大服务覆盖
	人才保障	《关于加强高等职业教育医养照护与管理专业建设工作的通知》	2025年	促进医养结合发展，加强高等职业教育医养照护与管理专业建设，加快培养医养结合专业人才	提供人才保障
	养老保障优化类	《深化养老服务改革发展的意见》	2025年	加快健全养老服务网络，优化居家为基础、社区为依托、机构为专业支撑、医养相结合的养老服务供给格局	提升老年经济保障
	四川省	《关于健全“一老一小”服务体系实施方案》	2025年	加大护理型床位建设和改造、推行“社区+物业+养老服务”模式、培育普惠型养老	为养老服务机构和社区养老服务商指明了发展方向
	浙江省	《关于发展银发经济增进老年人福祉的实施意见》	2025年	全面推行长期护理保险；探索“养老+文旅”复合用地模式；人才激励	优化产业生态，培育市场主体
地方政策	江苏省	《江苏省养老金融高质量发展行动方案》	2025年	重点支持老龄产业（旅居养老、智慧养老等）、三级养老服务网络等	培育龙头企业与产业集群
	海南省	《海南省推动康养产业发展三年行动方案（2025-2027年）》	2025年	在充分利用自然条件的基础上，进一步健全服务标准，完善服务功能，创新产业政策，培育一批康养示范项目，打响海南“健康岛”品牌，引领康养产业高质量发展	促进产业融合发展及服务质量提升
	吉林省	《关于深化养老服务改革发展的若干措施》	2025年	构建居家社区机构养老融合发展模式，健全养老服务事业产业发展三方协同机制等	系统性激活区域市场
	辽宁省	《关于推进辽宁省旅居养老高质量发展的建议》	2025年	推进行业融合，创新服务渠道；支持签约合作，发展居家医养；洞察银发需求，文旅融合惠老等	聚焦年度攻坚与提质
	河南省	《河南省公办养老机构服务基本规范（试行）》	2025年	保障医疗权益，加强照护服务，注重人员管理等	建立统一的质量基准
	湖北省	《湖北省加快建设多元化养老服务体系实施方案》	2025年	大力发展居家养老服务主体，创新推广“互联网+居家养老”服务模式，加强社区适老化环境建设等	扩大和夯实养老服务供给
	贵州省	《加快推进贵州旅居产业发展工作方案》	2025年	聚焦资源、客源、服务三大要素，以旅促居、以居兴旅，深化文旅体、医养深度融合；以避暑旅居为重点、康养旅居为特色等	深度融合旅游与居住产业
	广西壮族自治区	《关于支持贺州森林康养产业发展的建议（第2025436号）》	2025年	将旅居康养作为重点培育方向，构建“长寿文化+温泉康养+森林疗愈”的特色产业体系等	形成差异化竞争力

2025国家代表政策解读：国家战略定调，绘制产业蓝图

顶层设计：《医养结合示范项目工作方案（2025年版）》解读

1.政策定位：从“试点探索”到“体系化示范”的战略升级

- 通过“示范创建+动态管理”机制，推动医养结合从“单点突破”转向“全域规范”，为2030年建成全周期健康养老服务体系奠定基础
- 相较于过往政策，本次方案更突出**质量导向与可复制性**，首次明确“每2年评估、2030年收官”的阶段性目标，形成“标准-创建-监管-推广”的闭环管理链条

2、创建范围：双轨并行的示范布局，关键指标—服务质量的“刚性约束”

- **示范县（市、区）**：覆盖城乡全域，要求将医养结合纳入地方发展规划，建立多部门协同机制，二级以上医院老年医学科开设比例高于全国平均水平，**所有养老机构均能提供医疗服务**
- **示范机构**：聚焦专业能力，设定“运营满5年、入住率达65%，失能、失智老年人占比超65%”的硬性门槛，需提供“预防-治疗-康复-安宁疗护”全链条服务。其中中医药特色机构可获优先推荐，**体现传统医学与康养服务的融合导向**
- **人才保障**：医务人员职称评定与公立医院同权，绩效分配向居家服务倾斜

3.政策突破：破解产业痛点的四大创新

- 1.服务场景：从“机构为主”到“居家社区优先”**
 - 方案明确“逾90%老年人选择居家社区养老”的现实需求，将社区嵌入式机构、家庭病床、巡诊服务作为核心抓手
- 2.科技赋能：从“辅助工具”到“核心支撑”**
 - 首次将“信息化建设”纳入示范标准，要求建立老年人电子健康档案，推广远程诊疗、智能预警等技术应用
- 3.社会参与：从“政策引导”到“全要素支持”**
 - 延续对社会力量的扶持力度，明确通过公建民营、民办公助模式吸引参与，落实财税、用地、医保等优惠政策
- 4.监管机制：从“事后处罚”到“动态防控”**
 - 建立“自评-推荐-验收-公示”全流程审核，实施每2年评估与即时摘牌制度，对服务不达标、侵害老人权益的机构坚决清退

重构医养结合的生态格局

1.供给侧升级

- 倒逼机构从“规模扩张”转向“质量竞争”，康复护理、安宁疗护、中医药康养等细分业态加速发展

2.资本导向

- 示范标准成为险资、产业基金的投资风向标，具备“智慧化+全链条服务”能力的项目更受青睐

3. 人才集聚

- 通过职称评定同权、绩效倾斜等政策，缓解医护人员短缺困境。方案提出将老年医学、护理等人才纳入专项培训，将促进康养产业人才的快速增长

2025地方代表政策解读：深挖本地资源，构建特色模式，促地方特色康养产业发展

地方政策结合地方资源更具创新性：以2025年3月海南省印发的《海南省推动康养产业发展三年行动方案（2025-2027年）》为例

对国家示范政策的**区域化深化与创新突破**

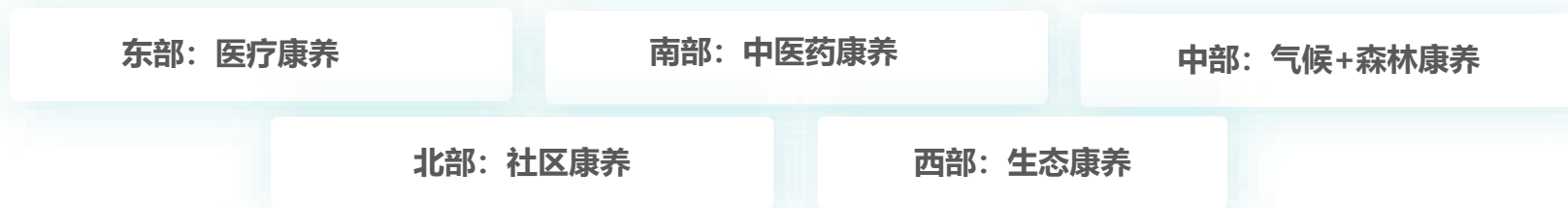
核心定位

依托自贸港政策优势与“山、海、林、泉”生态禀赋，推动康养产业从“资源驱动”向“标准引领、业态融合”转型，为全国提供“生态+医疗+旅游”的康养融合范本

产业发展方向特点

更强调**品牌化打造与国际化适配**。计划培育一批康养示范项目，打响海南“健康岛”品牌，形成可复制的区域康养产业发展模式

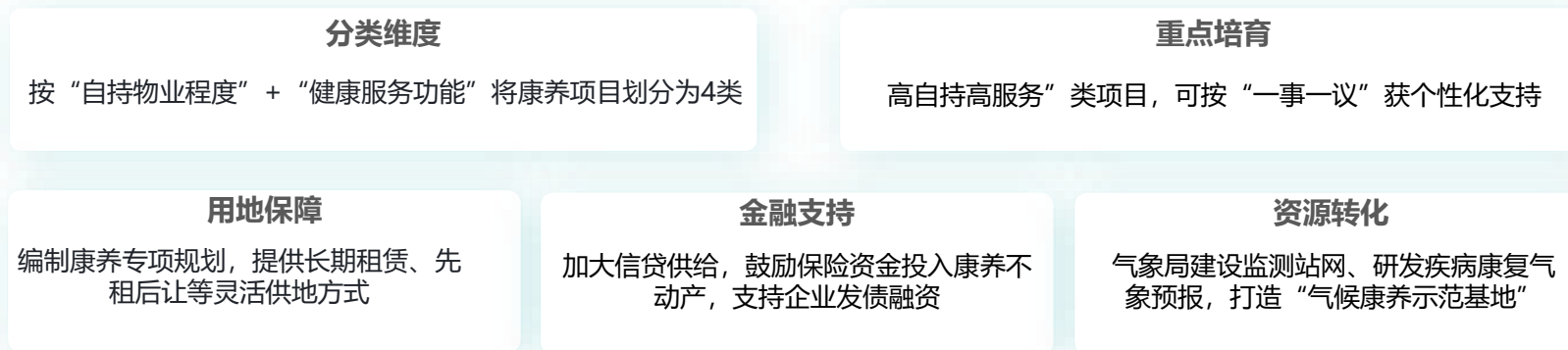
1.全域规划：差异化布局



2.多业态深度融合

融合领域	具体举措
与“医”融合	针对亚健康人群发展“气候疗法”，开发黎苗医药、中医药特色干预服务
与“旅”融合	依托博鳌乐城、三亚国际中医疗养院，打造医疗/中医药康养旅游产品
与“居”融合	推动医养机构合作，发展社区医疗、居家护理，联动健康管理平台
与“林”融合	以中部森林为核心，建设森林浴、芳香疗法项目及森林康养基地/步道

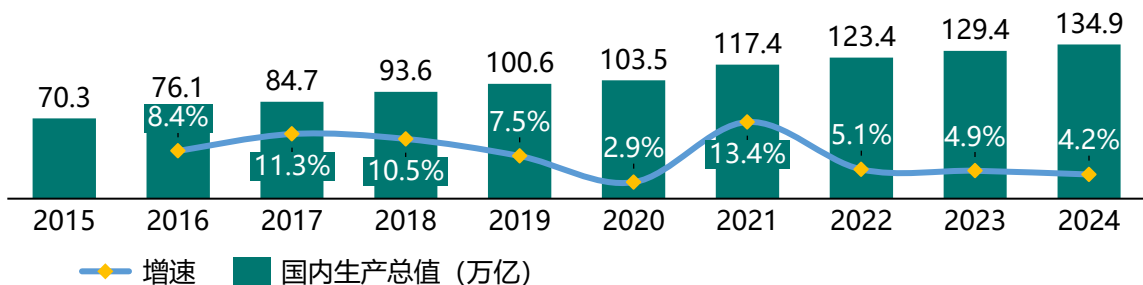
3.精准化分类支持，完善支撑保障体系



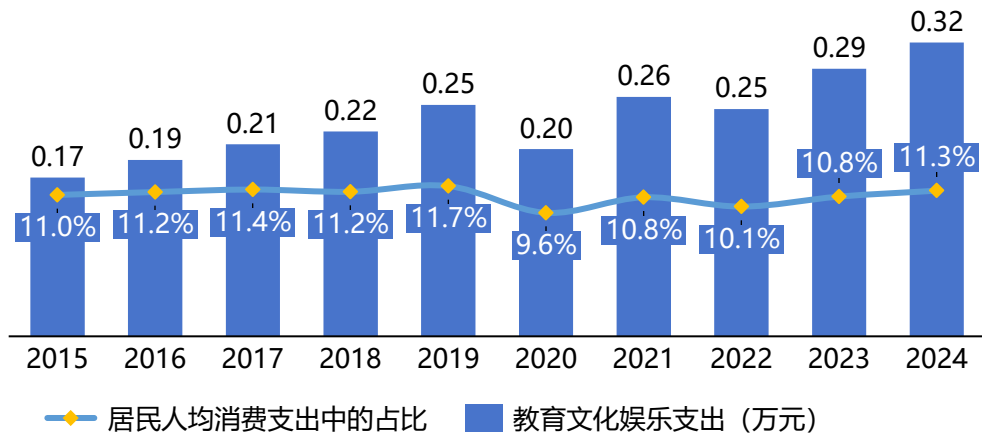
促进地方特色康养产业发展

经济驱动产业发展：经济基本面筑牢+消费能力升级：康养产业迎来需求与支付双支撑的利好环境

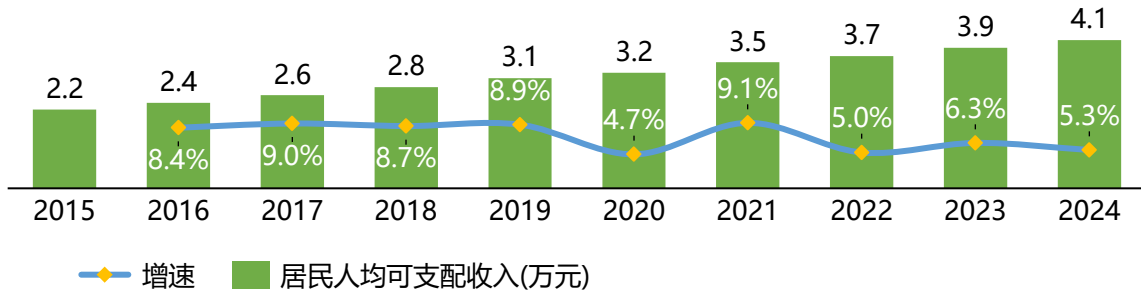
2015-2024年中国GDP：稳步扩张，为康养产业发展提供了经济基础



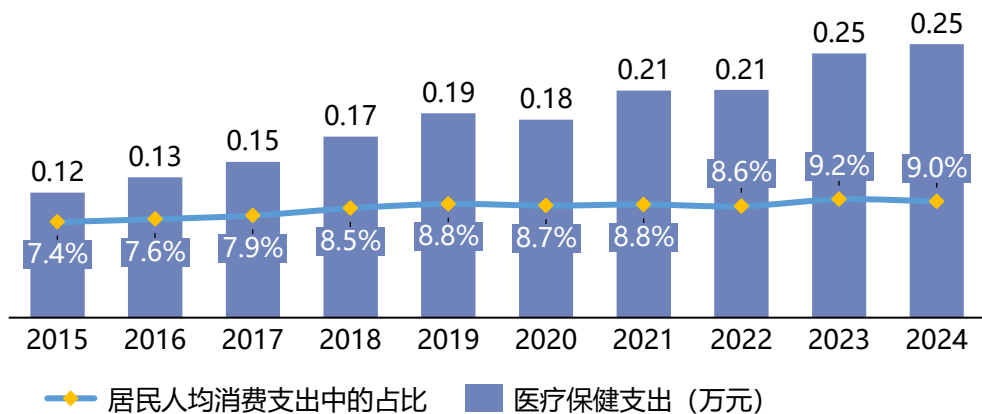
2015-2024年居民教育文化娱乐支出：支出规模与消费占比双升，服务消费需求扩容



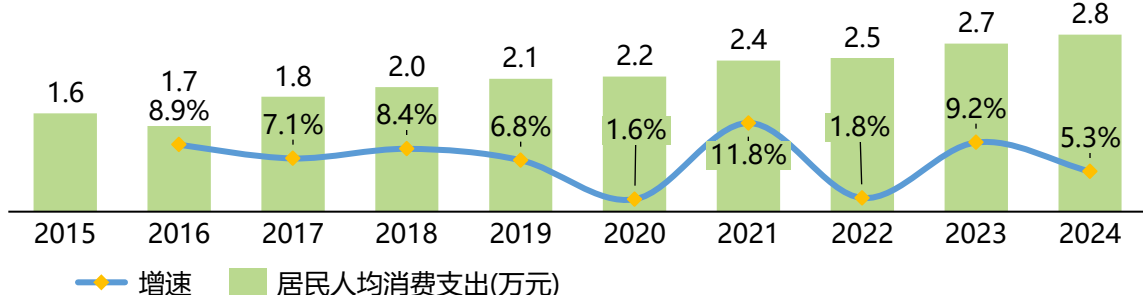
2015-2024年居民人均可支配收入：持续增长，消费能力基础巩固



2015-2024年居民医疗保健支出：支出规模持续扩大，康养核心消费需求凸显

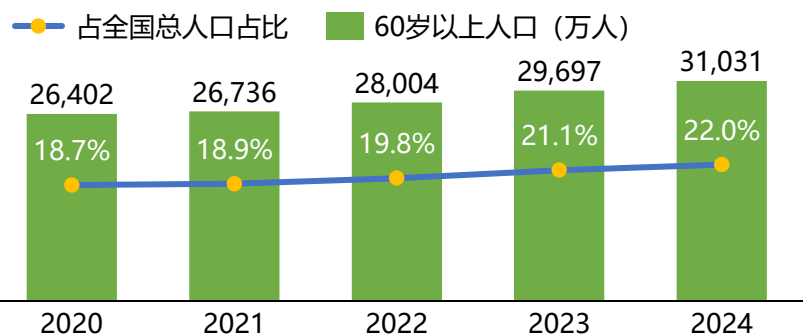


2015-2024年居民人均消费支出：规模逐年提升，消费活力稳步释放



社会问题推动产业发展：中国老龄化、慢病、亚健康、睡眠等健康压力，正推动康养行业向“适老+年轻化+慢病管理+轻康养”的多元化、刚需化方向加速扩容

2020-2024年中国老龄化加速，亚健康问题凸显，康养需求基础持续扩容



15.6%
2024年中国
65岁以上人口
22,023万人

数据来源：统计局/民政部

2023年中国慢性病患者超4.8亿，康养干预迫在眉睫

慢性病患者人数

4.8亿人

高血压患病人数

3.5亿人

糖尿病患者人数

1.4亿人

超重及肥胖症人口

~6亿人

血脂异常患者

~4亿人

新发癌症病例

456万例

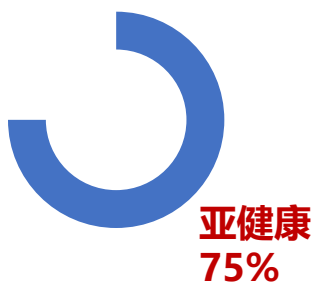
2024年中国失眠问题严重，焦虑等问题突出，睡眠康养市场需求亟待释放

睡眠障碍
~5.1亿人

失眠
~3.1亿人

严重失眠
~1.9亿人

2024年全球亚健康人数占比：亚健康问题凸显



数据来源：世界卫生组织 (WHO)

中国职场人亚健康情况

53.1% 视力疲劳

48.9% 颈椎腰椎问题

52.1% 焦虑不安

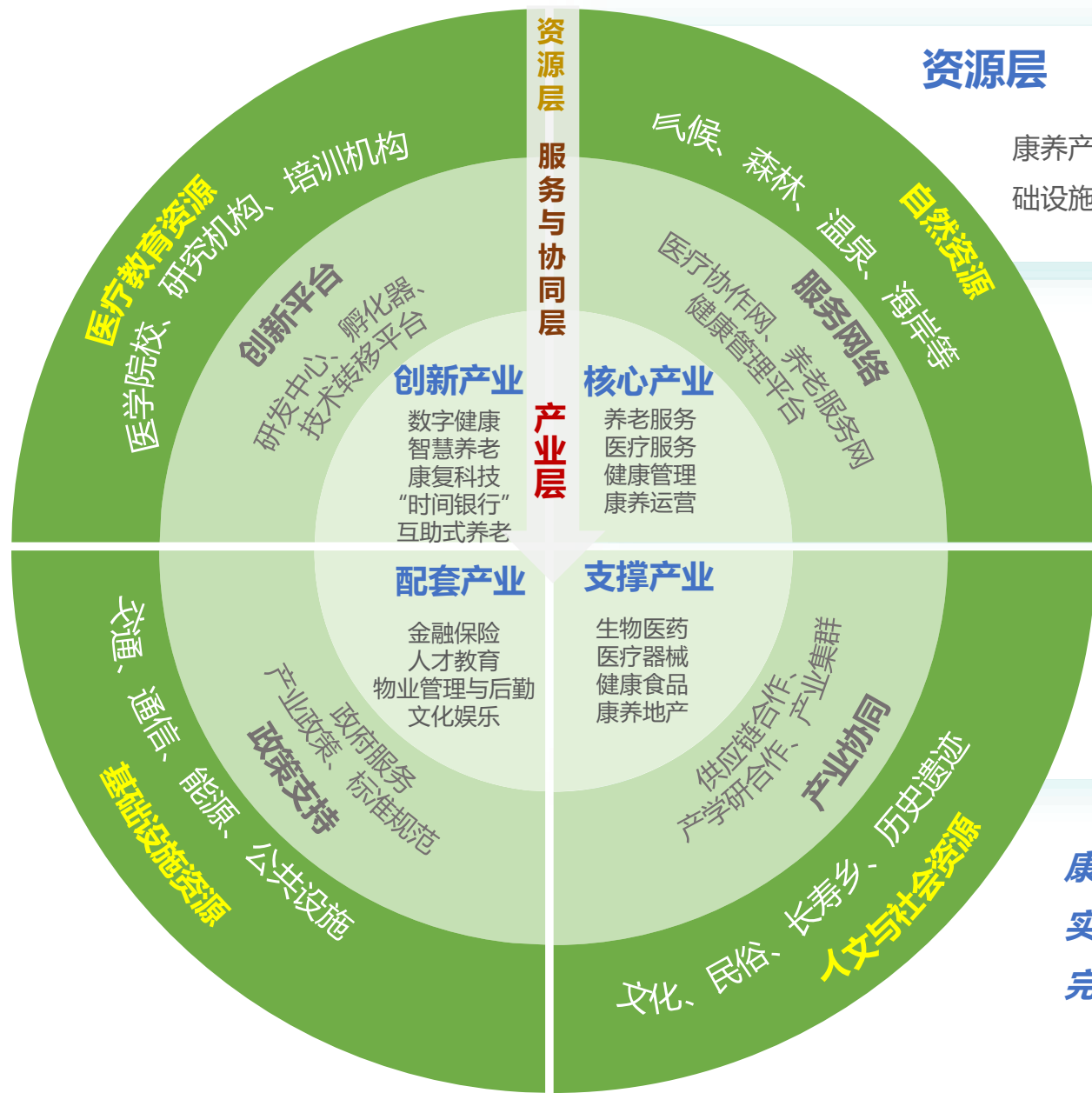
89.7%

2024年中国心理亚健康

8,300万人

其他数据来源：《2025职场人亚健康情况调查报告》、《疗愈经济用户报告（2024）》、《中国居民营养与慢性病状况报告》、《国家计划十三五期间居民慢性病监测的报告预测》、《2024年睡眠状况报告》等，百慧咨询整理

III 康养产业生态图：资源为基、协同为链、产业为核，构建全方位康养生态体系



资源层

康养产业发展的基础与禀赋，涵盖自然资源、人文社会资源、医疗教育资源和基础设施，为产业提供坚实的发展基础和独特竞争优势

服务与协同层

连接整合各类资源与产业主体的关键环节，通过服务网络、产业协同、创新平台和政策支持，实现产业生态系统的协同发展和价值最大化

产业层

康养产业的核心运营主体，包括核心产业（直接价值提供者）、支撑产业（关键要素支撑者）、配套产业（生态完善与服务延伸者）和创新产业（未来动力与模式变革者），形成完整的产业链条和价值创造体系

康养市场以资源层（生态、人文、医疗等）为基础，通过服务与协同层实现资源整合，最终以产业层（核心+支撑+配套+创新产业等）形成完整产业链，全方位覆盖康养需求，构建协同发展的产业生态

/// 康养核心产业链：上游技术待突破、中游服务持续优化、下游用户多元化

上游：基础配套与支持

医疗器械 康养设备

- 市场庞大，但高端设备仍由外资主导，中低端设备国产化率逐步提高
- 适老化、康复辅助器具市场快速发展，但品类丰富度和智能化水平有待提升

药品 健康产品

- 传统中医药在养生保健领域占据重要地位
- 保健品市场鱼龙混杂，监管趋严，品牌化是趋势

智能化支持

- 处于快速发展期，可穿戴设备、智能家居等初步应用，但数据孤岛问题严重，远程医疗受政策鼓励，但医保支付和商业模式仍在探索

金融及地产 支持

- 保险与康养构建支付服务闭环，地产通过销售运营延伸价值链
- 保险社区与地产项目加速落地，金融工具持续创新，共推产业规模化专业化发展

核心产业

- 康养服务正从基础照护向专业化升级
- 机构、社区、居家康养三位一体模式普及，医养融合成为主流，专业运营推动产业规范发展

创新产业

- 数字健康、智慧康养与康复科技高速发展，产品覆盖与服务落地迅速推进
- 但仍面临数据互通与普及度等挑战，需突破技术与推广瓶颈

下游：市场需求与用户

用户角色

维度	角色
按支付能力与诉求	普惠型长者
	品质型长者
	高端价值型长者 年轻规划者等
按健康状况	活力老人
	失能/半失能老人
	失智老人
	亚健康人群 慢病管理人群等
按决策与付费角色	使用者本人
	“孝子子女” 付费者

康养产业链下游的最终用户，不是一个单一的“老年人”形象，而是一个复杂图谱。对于康养企业而言，核心在于精准选择目标用户角色，并深刻理解用户需求

代表企业

yuwell 鱼跃

mindray

科大讯飞
IFLYTEK

lifesense 乐心

HUAWEI

翔宇医疗
XIANGYU MEDICAL

泰康之家
Taikang Community

福寿康
Fortune Care 医护康养

随园
DIGNIFIED LIFE

颐家
Care Link

太保家园
PACIFIC CARE HOME

/// 康养产业规模及趋势：康养产业规模突破9.8万亿，由理念、人口、消费、政策驱动增长

2025 中国康养产业市场规模

达 9.8 万亿

核心驱动因素

理念升级：核心驱动力

疗愈康养、慢生活等健康新理念广泛普及，从根本上重塑消费观念，推动康养需求从“生存型养老”向“品质型乐养”升级，极大地拓宽了产业的内涵与边界

消费群体扩容：需求多元化

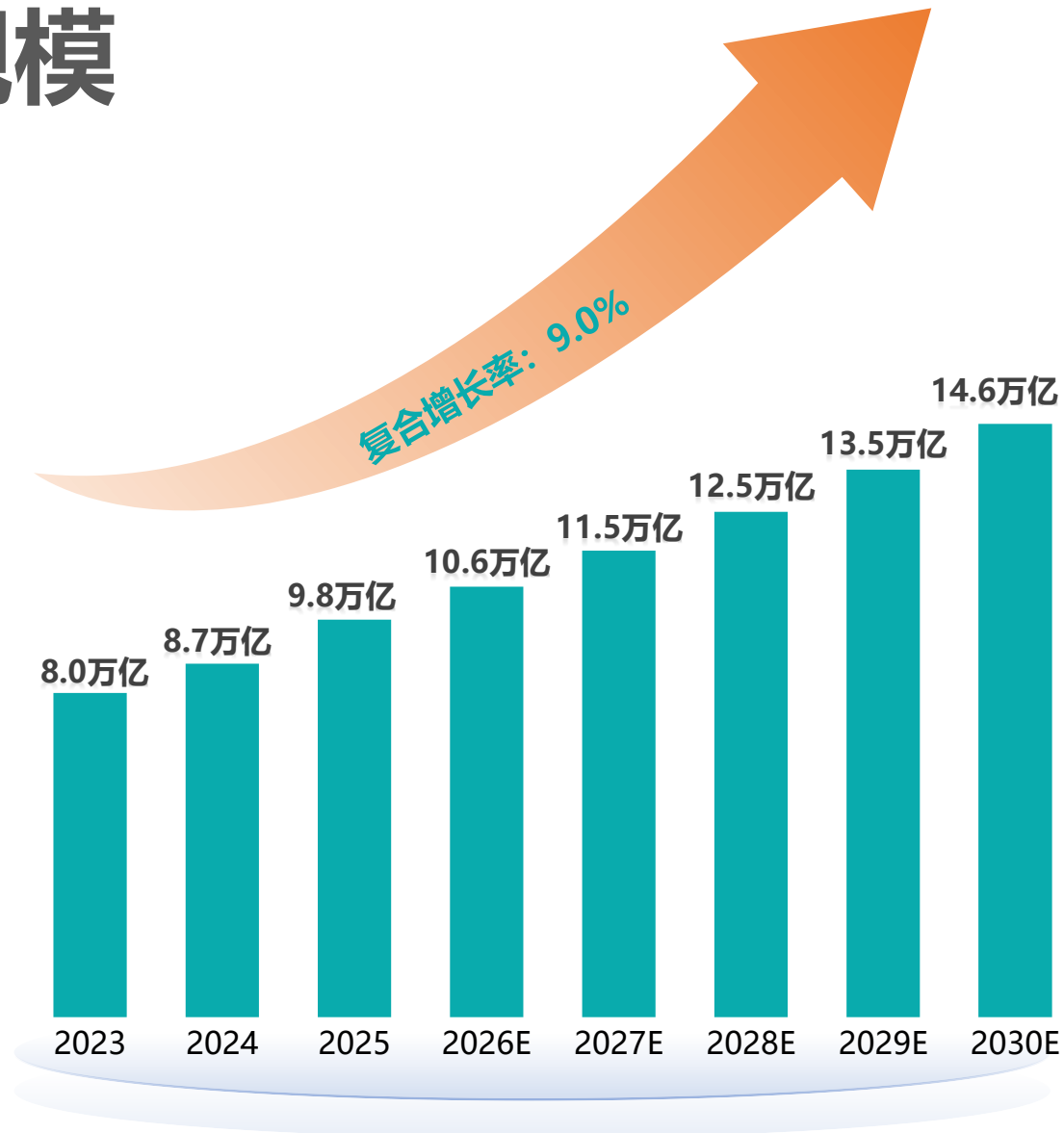
消费主力从传统老年人扩展至追求生活品质的“新老人”和注重情绪价值与健康管理的年轻人，多元群体带来个性化需求，为市场注入持续活力

人口与消费基础：规模增长底盘

银发人口底盘庞大且购买力增强，2025年中国60岁以上人口将突破3.2亿，规模巨大的“有钱有闲”新老人群体构成了需求爆发的坚实基本盘

政策支持：顶层设计保障

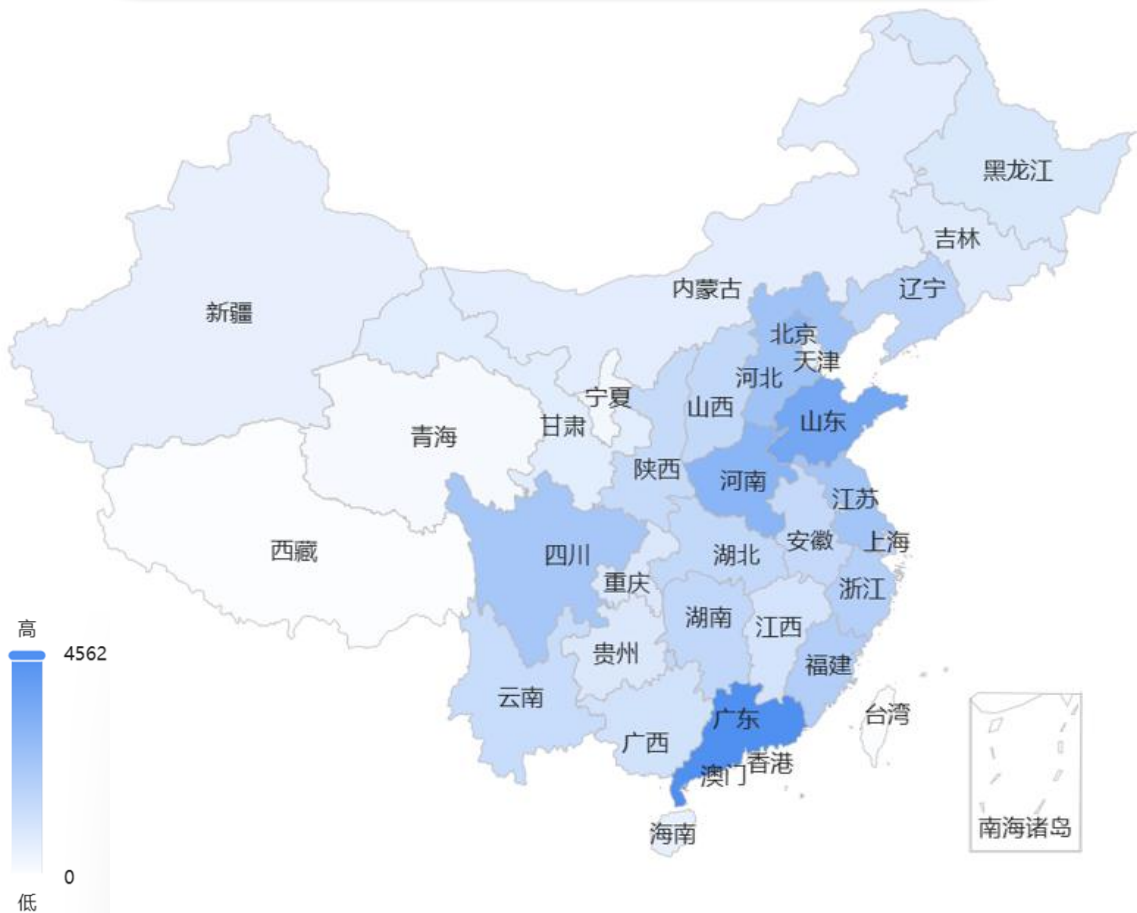
国家与地方层面持续将康养列为重点产业，从土地、税收、支付体系（如长护险）等方面提供强力支持，为产业创造优越的成长土壤与发展环境



2025年康养传播热力图：康养传播呈现地域集聚性、内容场景化与渠道头部化趋势

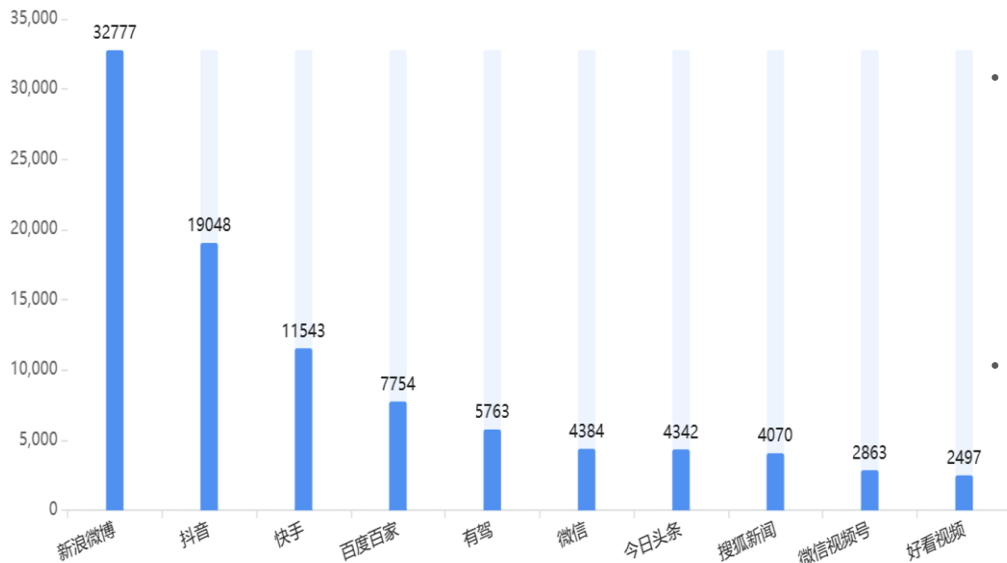
康养关注人群主要集中地区

康养内容关注度呈现明显地域集中性，以广东、山东、河南等人口、**养生、经济大省为核心**；北京虽地域有限，但影响力突出，反映出一线城市在内容引领上的关键作用。整体上，**中东部地区占据主导**，西部参与度相对较弱



用户关注的康养关键词

从关键词来看，“**养生**”与“**健康**”仍是**关注核心**，体现公众对基础健康理念的持续重视。同时，“**林康**”“**抱树**”等具体行为类词汇热度显著，反映用户对可操作、场景化的康养实践，尤其是**自然互动与肢体锻炼**等内容兴趣浓厚



活跃媒体

- 康养舆情呈现高度集中的传播态势，**微博、抖音、快手等头部社交平台成为绝对主阵地**，承载了绝大多数的公众关注与互动
- 表明，当前康养议题的公共讨论高度**依赖少数核心渠道**，显现出明显的**渠道集聚特征**

III 康养产业业务模式：三大基础场景与五大融合创新，构建全场景、高价值的服务体系

机构康养模式

为全年龄段人群（含老年、慢病、亚健康群体）提供集中式健康养护与生活服务的模式，包括健康管理中心、慢病康复院等。收入来源：会员费、康养服务包、康复护理收费等

社区康养模式

以社区为中心，为居住在家中的康养用户提供上门服务和到社区站点服务的模式，具体形式包括社区康养驿站、日间健康照料中心等。收入来源主要是政府购买服务、服务单项收费、会员包月套餐等

居家康养模式

为家庭场景下的康养人群提供上门健康养护服务（含居家康复、膳食调理、睡眠改善、适老化/健康化环境改造），这是当前需求最大、商业模式最难的领域。收入来源主要是服务按时长或项目收费、设备销售/租赁费、平台套餐费等



“医养结合”模式

深度融合医疗资源与康养资源，为全年龄段人群提供“诊疗+康复+健康管理”一体化服务，实现“就近医疗、持续康养”

“保险+康养”模式

将保险产品与康养服务（含健康管理、慢病康复、亚健康调理）挂钩，为客户提供“健康保障+健康服务”的组合，既锁定保险客户，也为康养场景提供稳定客群

“地产+康养”模式

地产开发嵌入适健化空间、健康配套等健康化设计，搭配社区健康管理、慢病支持、适老化服务的全周期康养体系，既以健康价值提地产溢价，又获长期康养服务收益

“旅居+康养”模式

将“健康调理+休闲旅居”结合，提供“目的地康养（如温泉疗愈、森林康养）+休闲度假”服务，满足“边放松边改善健康”的需求

“中医药/食品+康养”模式

“中医药+康养”融入“治未病”理念，为全年龄段提供非药物调理、体质改善服务；“食品+康养”通过药食同源产品、定制化营养膳食，为各类人群提供日常健康支持

III 康养产业市场发展因素分析：康养市场在“需求、政策、技术”驱动下持续发展，但面临“人才、协同、政策”三大瓶颈制约

康养市场发展有利因素

● 需求刚性扩大，市场底盘稳固

2025年中国60岁以上人口将突破3.2亿，规模巨大的“新老人”群体财富积累更丰厚、消费理念更开放，为康养产业提供了持续扩大的市场基本盘和购买力支撑

● 政策持续赋能，顶层设计明晰

中央与地方层面密集出台产业支持政策，在土地供应、税收优惠、医保支付和长期护理保险试点上持续突破，为产业创造了优越的成长环境与发展预期

● 技术融合创新，驱动提质增效

物联网、人工智能、大数据等科技深度应用，智慧养老平台、智能穿戴设备、远程医疗等有效提升服务效率，拓展服务半径，为降本增效和模式创新提供核心动力



康养市场发展阻碍因素

● 专业人才短缺，服务标准缺失

专业护理员、康复师、健康管理师等人才严重短缺且流失率高，行业缺乏统一、权威的服务标准与评价体系，导致服务质量参差不齐

● 资源协同不足，医养结合不深

产业协同性差，医疗资源与养老资源整合困难，与三级医院的有效对接存在机制隔阂，缺乏强制性的协同机制

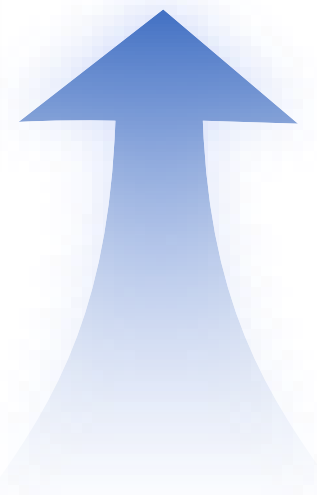
● 政策落地差异，执行监管不足

政策在区域间落地差异大，长护险等关键配套政策未全面覆盖，影响全国性布局。社区养老网络政策粗放，新建住宅配套养老设施未强制落实，多部门系统不互通，增加企业合规与运营成本

海南封关后对康养产业的影响：战略红利释放与全链产业生态重构

战略升级：三大核心利好的乘数效应

核心维度	跃迁路径	核心表现与价值
国际定位	地方品牌到世界平台	<ul style="list-style-type: none"> 吸引国际巨头：成为国际康养资本和品牌进入中国市场的首选平台 汇聚全球客群：吸引寻求高品质退休生活的国际客群，提升市场层级 对接国际标准：倒逼本地服务水平与国际接轨，提升产业整体竞争力
政策支持	方向引导到系统赋能	<ul style="list-style-type: none"> 零关税红利：康养机构进口顶尖医疗康复设备成本大降，破解高成本痛点 低税率优势：企业所得税等税负大幅降低，直接提升项目盈利能力和投资吸引力 简税制便利：优化营商环境，为产业创造稳定、透明、高效的政策预期
资源价值	候鸟旅居到气候疗法	<ul style="list-style-type: none"> 资源升级：将温暖气候与博鳌乐城国际医疗资源结合，从环境要素升级为疗法本身 产业打造：针对呼吸、心血管、皮肤等疾病，发展出独具竞争力的气候治疗IP 价值重塑：从提供季节性旅居服务，转变为提供全年候、高附加值的医疗康养解决方案



封关红利催生的机遇与产业变革

核心机遇	具体变革	关键表现与影响
成本重构 服务升级	设备与药品	<ul style="list-style-type: none"> 成本降低：利用零关税政策，以更低成本进口全球顶级医疗康复设备与新特药 服务升级：能够提供国内其他地区无法实现的高端精准康养服务，形成独特竞争力
业态融合 产品创新	康养+旅游+购物	<ul style="list-style-type: none"> 产品一体化：设计“康复理疗+免税购物”、“健康管理+海岛度假”等一站式产品 吸引力提升：通过免税购物与海岛度假资源，极大增强对全国康养客群的吸引力
	康养+金融	<ul style="list-style-type: none"> 支付端突破：催生跨境长期护理保险、养老信托等与国际接轨的金融产品 模式创新：利用跨境资金流动便利，解决支付瓶颈，构建“保险+服务”金融生态
人才汇聚 标准提升	专业人才 行业标准	<ul style="list-style-type: none"> 人才汇聚：国际执业门槛降低，吸引全球顶尖医生、康复师、机构管理人才聚集 标准提升：国际人才的引入快速提升专业水准与服务理念，推动行业标准与国际接轨



PART 03

用户分析

康养消费呈现全龄化与家庭化趋势，用户从“治病”转向“治未病”的健康管理，追求身心兼顾的目标。市场需针对代际差异提供精准服务，以满足不断升级的品质生活需求



01.

康养产业用户画像分析

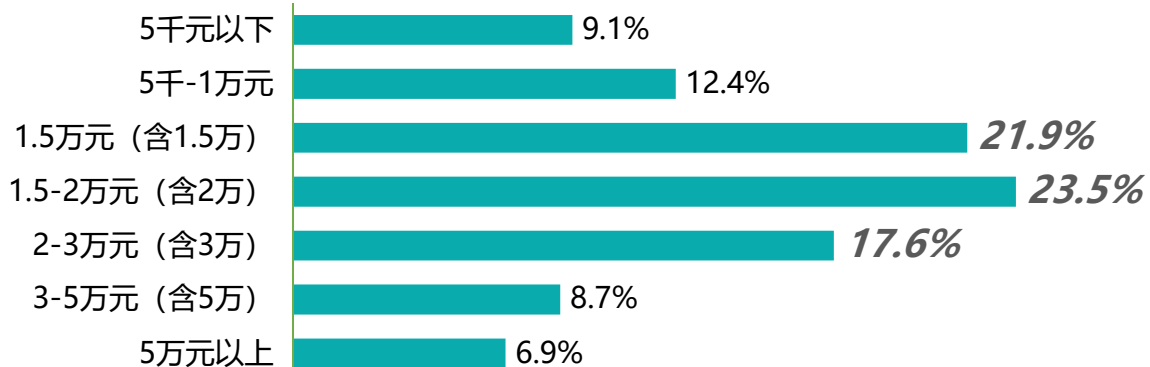
核心用户集中于高线城市，以职场人群为主，收入稳定且有明确健康管理需求；“未老先养”成趋势，参与群体向中青年延伸，全龄化特征凸显；家庭协同是主流参与模式，超半数用户与父母共同康养，将康养升级为全家生活品质追求；用户对康养认知成熟，超七成认可其重要性，近三分之一视为必需品，已从高端可选消费转向大众刚需，并向身心健康、情感陪伴等全方位升级

用户画像：康养消费核心人群呈现“高收入、高城市层级、高职场属性”的特征；月收入过万元即是步入康养生活的大概“门槛”，康养正逐步走进寻常百姓家

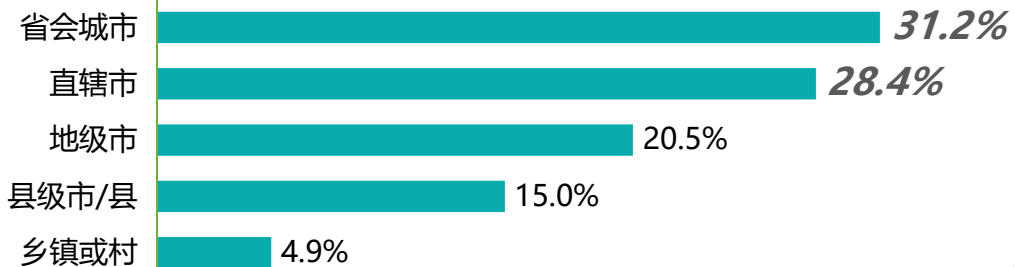
近六成用户长期居住于直辖市或省会城市

家庭月收入集中于1-3万元区间，具备稳定的康养消费能力

家庭月收入分布

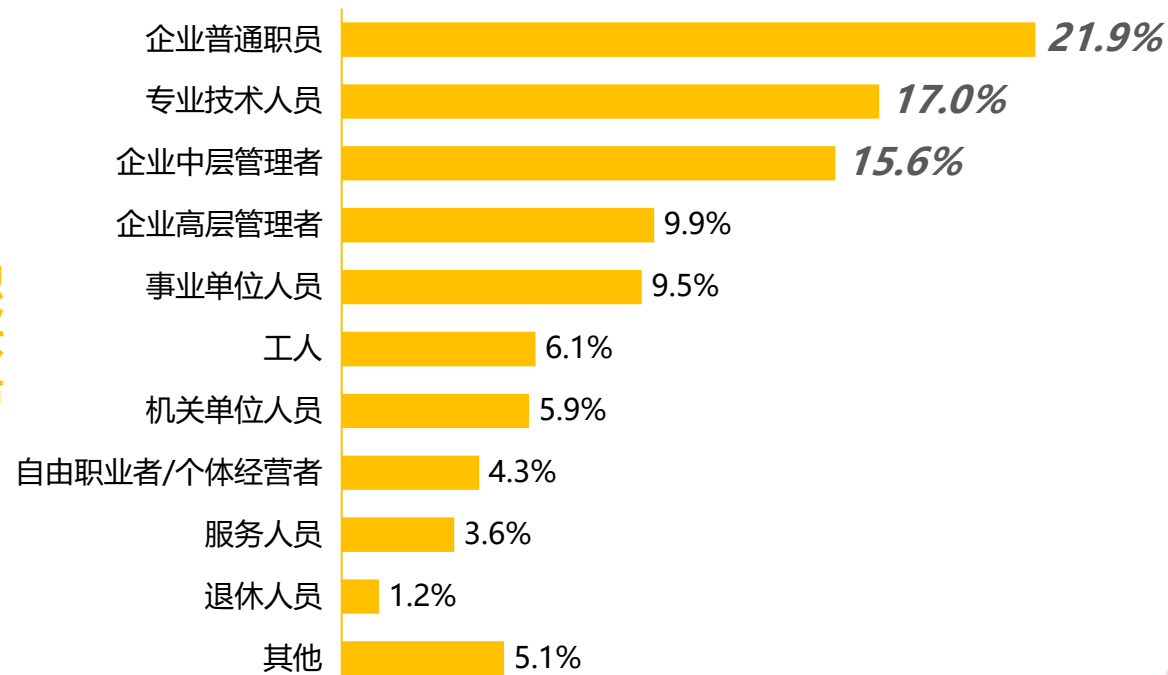


长期居住地区分布



专业技术+企业从业人员合计占比64.3%，是康养消费的主力群体，职场人群的健康管理需求突出

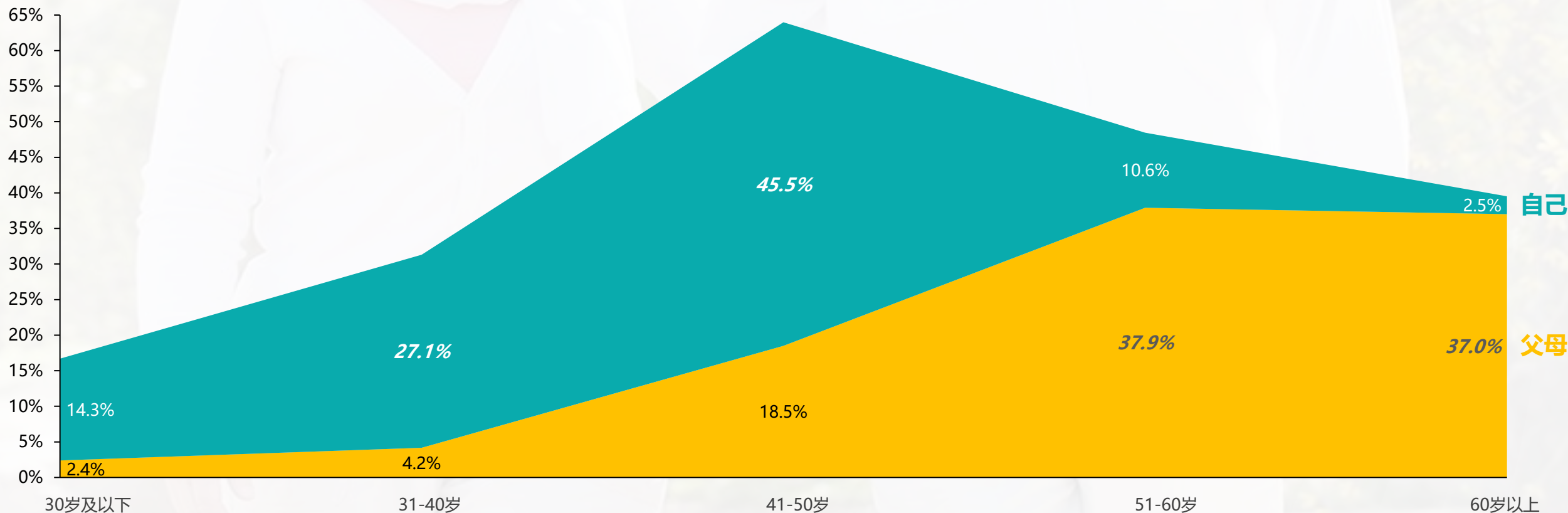
职业分布



- 高线城市在康养理念普及度、服务可及性和消费意愿方面显著领先，这一消费结构的形成源于深层次的社会变革。随着“边富边老”群体规模持续扩大，具备现代化消费理念和较强支付能力的中高收入人群正成为消费主力
- 消费群体呈现明显的代际多元化特征，从传统老年人向职场人群快速延伸。市场正在走向成熟，预示行业将进入普及化、规范化发展的新阶段

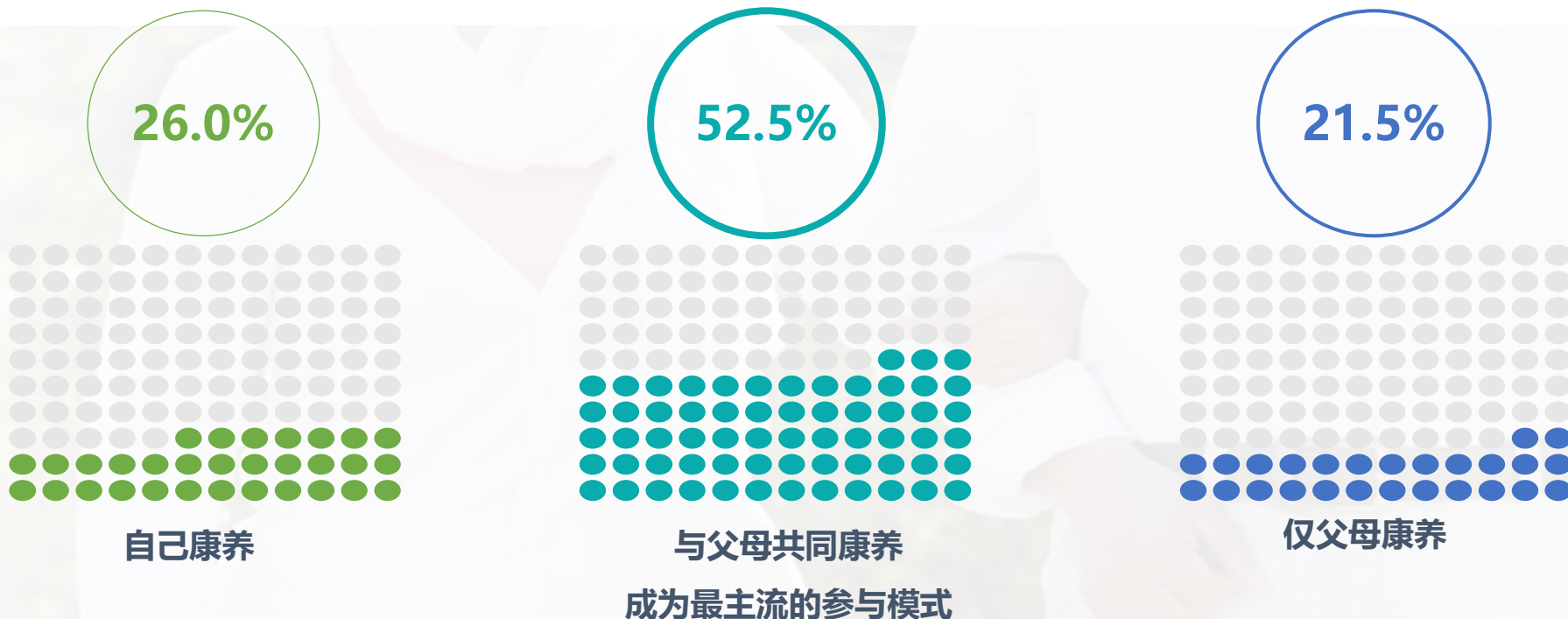
参与康养年龄：康养参与年龄显著前移，“未老先养”成为主流趋势，产业服务模式亟待向全生命周期升级

自己和父母开始参与康养活动的年龄分布

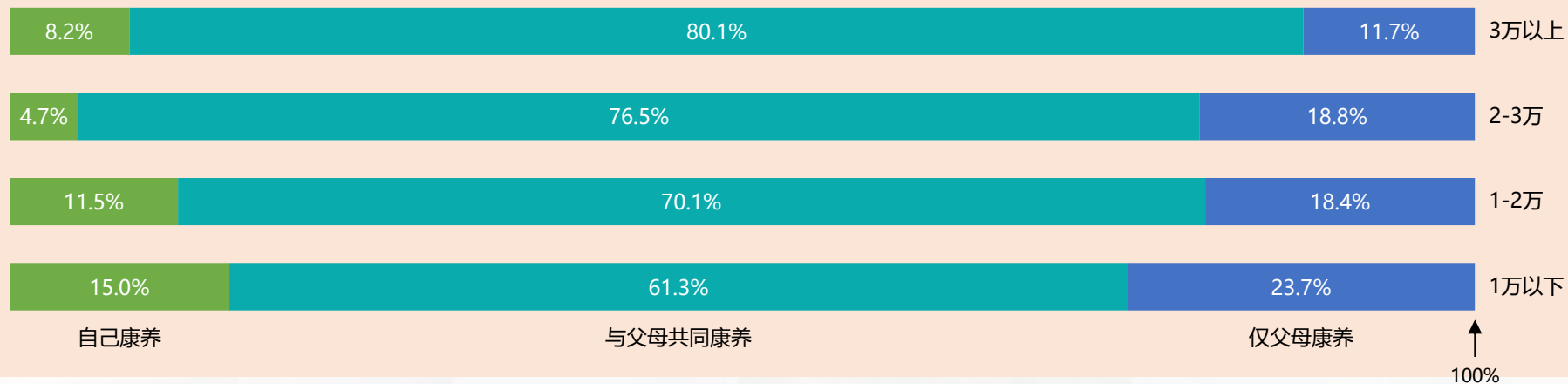


- **康养参与年龄显著前移**，推动产业从治病导向向治未病的疗愈康养新阶段转型。随着预防式健康管理理念的普及，康养消费正从特定人群向全年龄段快速扩展
- 康养消费群体结构发生深刻变革。传统的银发经济边界被打破，**消费主力向新老人和年轻群体延伸**，呈现明显的代际多元化特征。30-50岁职场人群作为新兴力量，扩大了市场规模，更推动需求结构从基础健康维护向职场减压、心理调适等多元化方向升级，彰显康养产业向全龄刚需发展的必然趋势

参与康养模式：家庭协同康养成为主流模式，代际融合与收入水平共同塑造康养新格局



不同模式用户家庭收入差异(%)

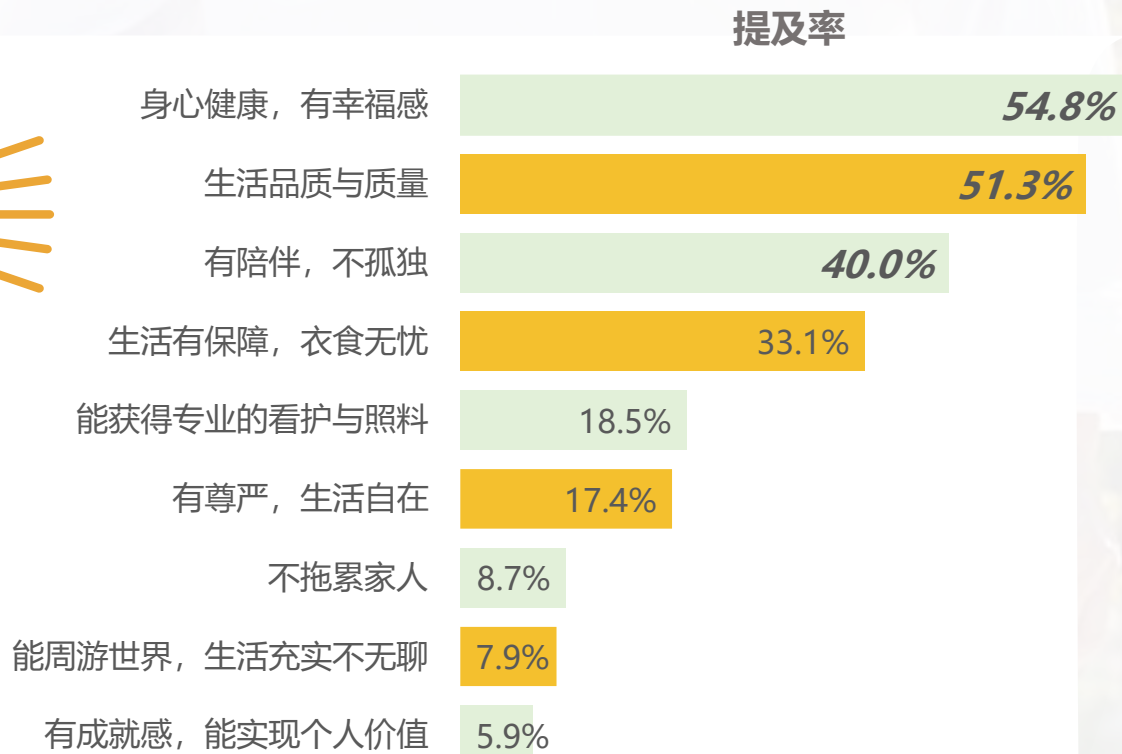


- 与父母共同康养已成为康养消费的主流形态。这表明，康养已从传统的个人健康管理，转变为一项以家庭为单位的集体行动。因此，现代康养的核心，已不再是满足某一代人的特定需求，而是家庭成员通过协同合作，共同追求更高品质生活的连接纽带与实践过程
- 收入水平与康养模式选择的相关性同样清晰。随着家庭月收入的提升，与父母共同康养的占比呈现持续走高的趋势。从1万元以下家庭的较低比例，到中高收入群体中超过半数的选择，足见经济基础是支撑多代同养的重要前提：更充足的预算既能覆盖全家的康养服务，比如定制化体检、适老化改造，也能为代际共同参与的康养活动提供空间，比如短途疗愈旅行，让全家共养从情感意愿落地为可实现的生活方式

/// 养老生活趋势：身心健康与生活品质并重，成为理想养老生活的核心诉求，推动康养服务从基础保障向品质生活升级

54.8% VS 51.3%：康养用户养老需求核心转至身心健康与生活品质，追求生命质量

康养用户认为自己或父母的养老生活关键需求较为明确



- 用户在规划未来养老生活时，**身心健康和生活品质成为两大核心需求**，表明当代消费者对养老的期待已超越基本的物质保障，转向对**生命质量的全方位追求**
- 传统的养老观念侧重于生活照料和医疗保障，现代养老理念则更强调有品质的健康生活。消费者希望延长寿命，**更追求保持身心健康的状态，享受有尊严、有活力的晚年生活**。面对这一需求变化，康养服务提供者需要在保障老年人身体健康的基础上，着力提升其心理幸福感和参与社会参与度

参与康养原因：身体状况变化与经济条件改善成为驱动康养消费的双重引擎，推动康养市场从可选消费向必要消费转型



自己



经济条件允许，收入水平提升，能够负担相关费用



身体状况变化，年龄增长、身体变差、有亚健康问题等



市场吸引，康养产品和服务越来越丰富、规范、有吸引力



社交影响，受家人、朋友或周围人影响



生活阶段转变，为退休后的生活做准备

用户和父母开始参与康养的原因分析



父母



身体状况变化，年龄变大、身体机能下降、需要治疗或康复等



生活阶段转变，退休后有更多时间享受生活



经济条件允许，收入有保障/有子女支持



家人带动与影响，受子女或其他家人鼓励和带动



寻求陪伴与社交，参与活动以排解孤独，融入群体



市场吸引，康养产品和服务越来越丰富、规范、有吸引力

提及率

- **身体状况变化，年龄增长、身体变差、有亚健康问题等成为主要动因**，反映出随着生活节奏加快和工作压力增大，健康问题日益年轻化，促使各年龄段人群主动寻求健康管理方案
- 经济条件允许，收入水平提升，能够负担相关费用作为经济基础驱动因素，随着居民可支配收入持续增长，康养服务正从高端消费向大众消费普及，消费门槛逐步降低
- 这一消费动因结构揭示了康养市场的变革：健康意识的觉醒推动预防性健康管理需求快速增长，消费升级趋势促使康养服务走向主流，共同推动康养产业进入快速发展通道

/// 康养认知度提升：康养认知完成关键跨越，超七成用户确立重要共识，逾三分之一视作必需品，产业迎来需求驱动新阶段



70.6%

超七成受访者认为康养非常重要或比较重要，市场认知基础牢固

- 超过三分之一（35.9%）的用户将其视为维持健康和提升生活品质的必需品，愿意优先投入
- 康养已从可选消费向必要消费转变，用户心智成熟，为市场发展奠定了坚实基础

- 超过七成用户确立其重要地位，这一转变体现了健康理念的根本性升级，即从传统的疾病治疗导向，逐渐转向以**提升生活品质为核心的健康管理导向**。用户不再将康养视为应对健康问题的临时方案，而是将其纳入常态化生活管理的组成部分
- **消费观念的升级为产业规模化发展奠定了坚实基础**，随着居民消费结构持续优化，健康消费比重显著提升，康养产业迎来需求驱动的黄金发展期



02.

康养用户消费需求趋势

当前康养消费市场特征鲜明：需求端健康养生为跨代共性，年轻重休闲情绪，年长聚焦养老康复；传统医疗与中医养护为主流，生态旅居崛起。用户在代际需求分层的背景下，选择机构时普遍看重性价比、服务质量与专业水平；服务体验整体满意，年长适配待优化，痛点在性价比与效果，满意点在环境与专业；未来以中医调理、营养膳食、专业医疗为核心，智慧科技显潜力，地域偏好西南与海滨，本土养生更受青睐，推动产业多元发展

III 康养目标：康养目的呈现代际共性与差异，健康养生是共同核心诉求，休闲放松与养老康复则现年龄分层

57.3% vs 54.5%

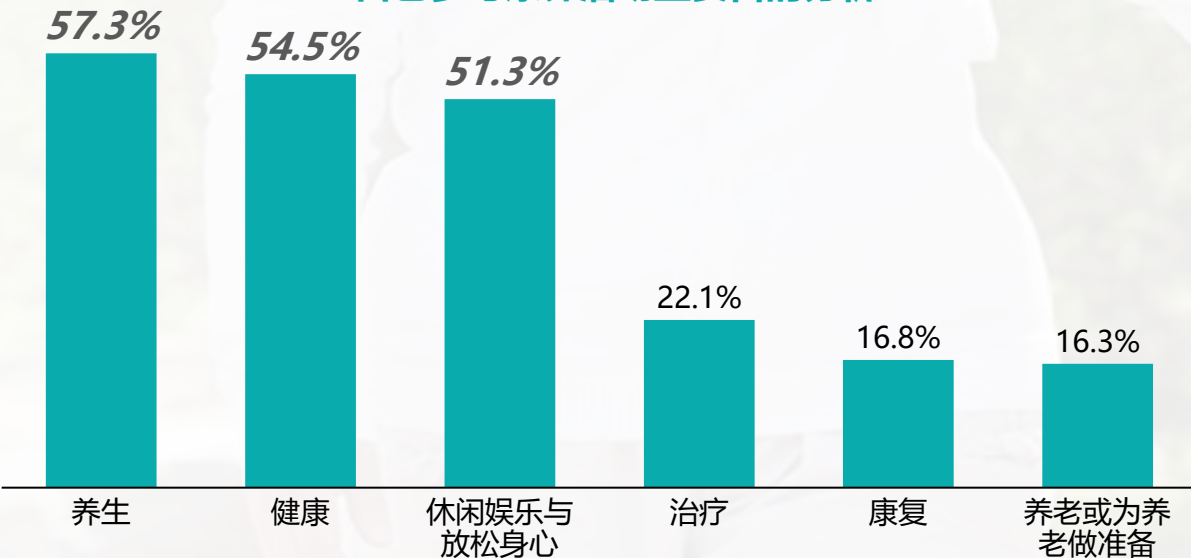
养生 vs 健康
其次自身更注重休闲娱乐与放松身心

提及率

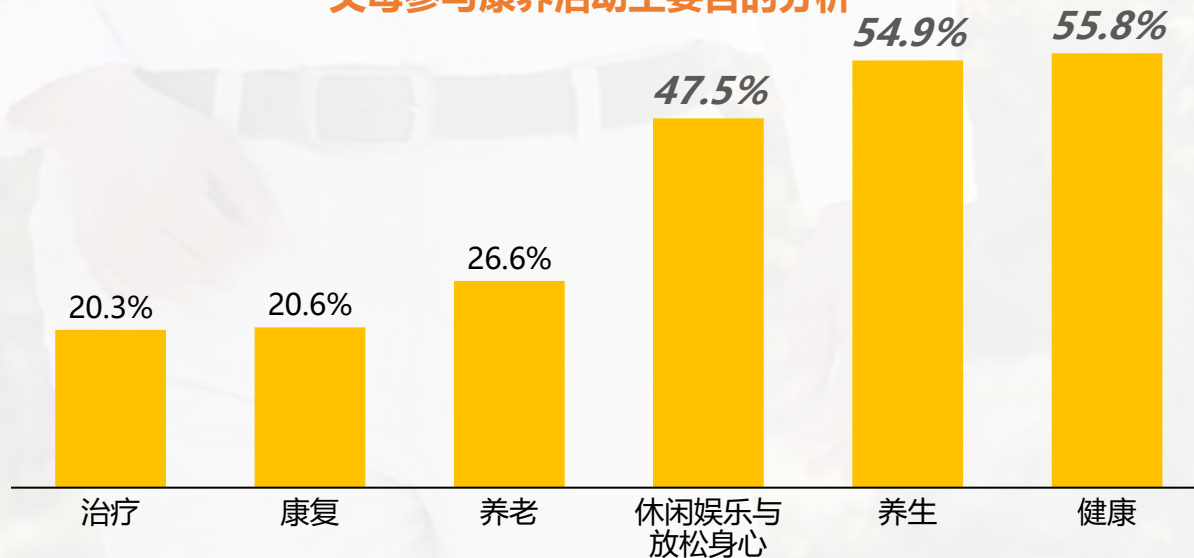
55.8% vs 54.9%

健康 vs 养生
父母对养老和康复的目的性更强

自己参与康养活动主要目的分析



父母参与康养活动主要目的分析



- 健康养生成为跨年龄段的共同核心诉求，不同年龄群体展现差异化需求，年轻一代更注重康养的情绪价值和休闲体验，年长群体则更加关注专业的养老康复服务
- 面对代际需求的共性与差异，康养产业需要构建多层次服务体系：在基础层面，提供满足各年龄段共同需求的健康养生服务；在定制层面，针对年轻群体开发融合休闲娱乐的康养产品，为年长群体提供专业康复与养老服务。通过精准把握不同年龄段的核​​心诉求，实现从单一健康管理向全生命周期服务的转型升级

III 康养效果评估：生理指标与主观感受双重改善

54.4%

身体指标向好，体重、三高等关键指标得到改善

54.2%

身体感受轻松，骨关节变轻松、睡眠质量高等

47.1%

精神状态改善，焦虑减少、精力充沛等

35.9%

养成健康习惯，形成了规律的运动、饮食或作息等

18.5%

健康认知提升，知道如何主动维护健康等

12.2%

家庭更加和睦、开心

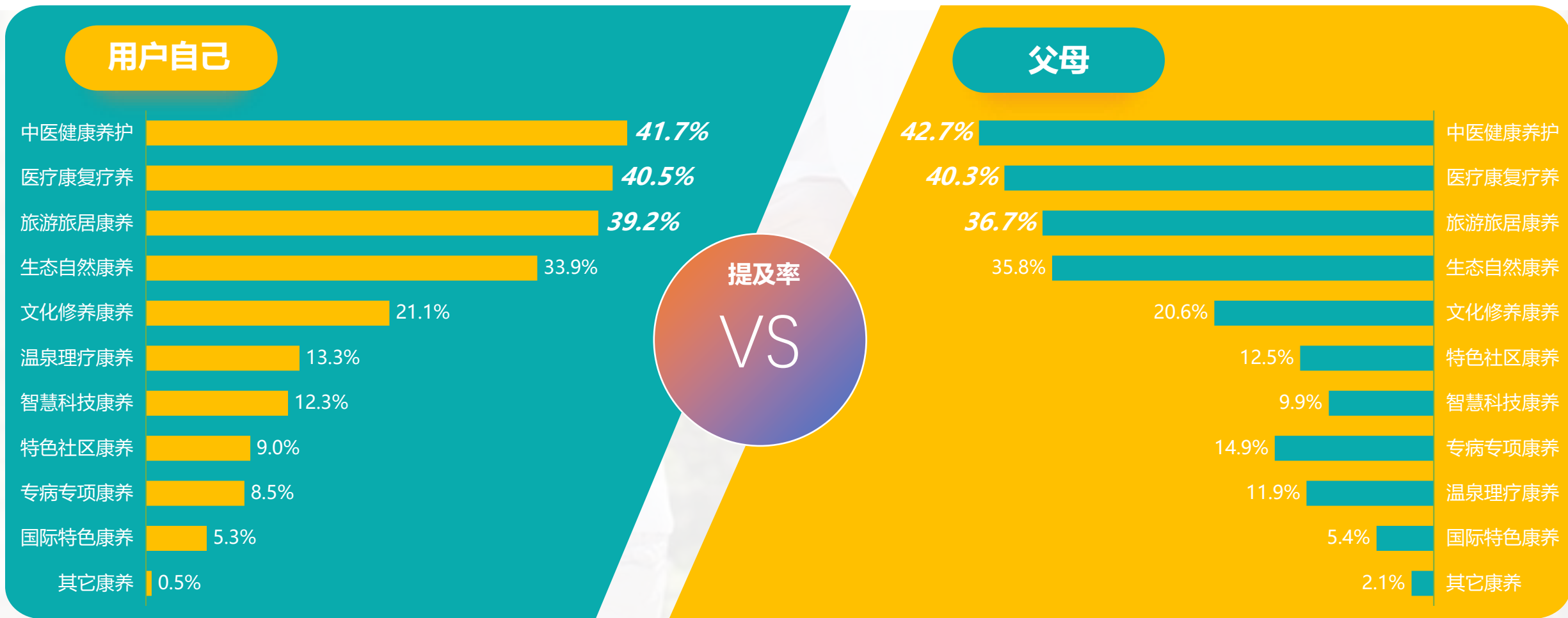
提及率



用户追求的是可见、可感、全方位的健康改善，既看重客观指标，也重视主观感受

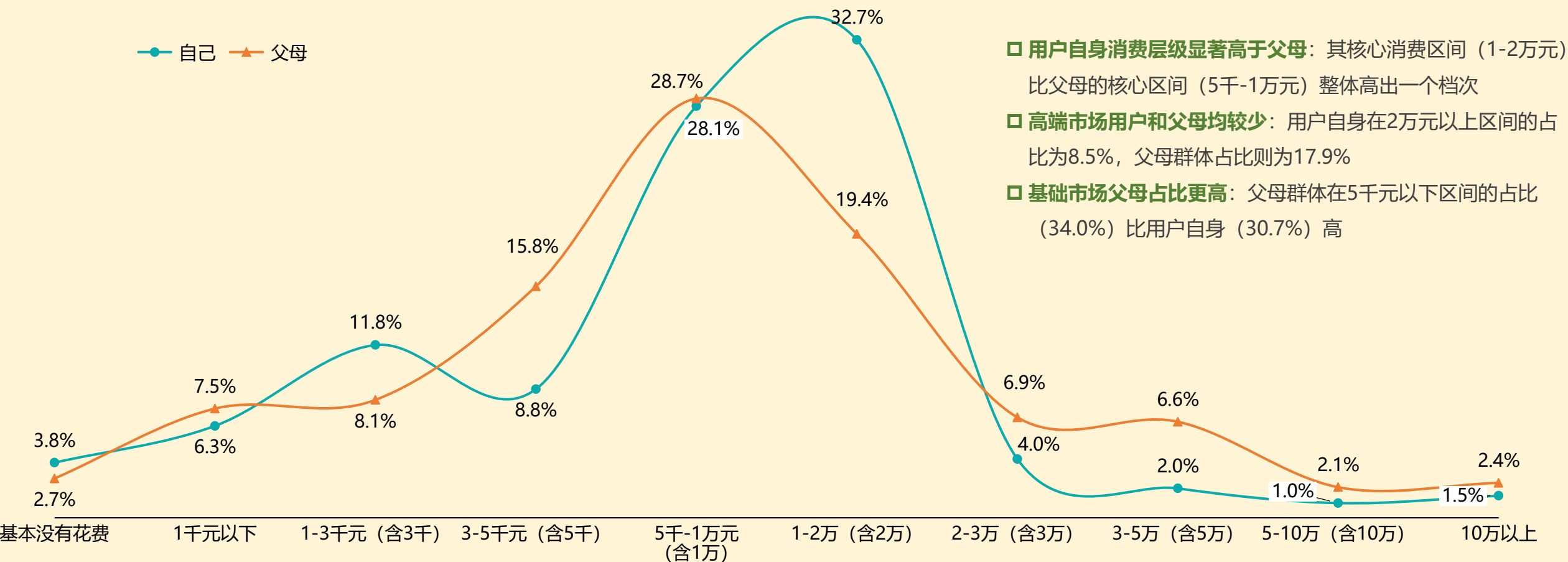
- **用户追求可测量、可感知的立体化健康收益**：既关注体重、三高等客观医学指标的改善，也重视身体舒适度、精神状态等主观体验的提升
- **康养效果评估呈现双核心驱动特征**：身体指标向好提供客观验证，身体感受轻松提供主观确认，共同构成用户评价体系的基础框架；心理健康作为独立价值维度获得显著认可，标志着康养从单纯的身体维护向身心整合方向发展
- **康养价值实现呈现个体-家庭双向赋能格局**：个人层面的健康习惯养成与健康认知提升，与家庭层面的关系改善形成良性互动。康养是个人健康投资，也是提升家庭生活质量的重要途径

III 康养方式选择特征：传统医疗稳居主流，新兴业态快速崛起，且存在代际差异



- 用户自身与父母群体选择**中医健康养护与医疗康复疗养**的比例均超过40%，成为两大较为受欢迎的康养方式，**旅游旅居与生态康养**形成重要补充。代际偏好差异明显，**父母群体对特色社区康养和专病专项康养**的接受度明显高于用户自身
- 不同群体对康养方式的差异化选择，推动产业从泛化服务向精准定位转变，为**专业化、特色化康养产品**创造市场空间

III 康养花费：消费分层明显，千元至万元级市场并存，代际消费分层显著，需求结构存在差异化



- 康养消费市场呈现出代际阶梯特征，**用户自身消费能力显著高于父母群体**，而**父母群体在基础消费市场参与度更高**。从消费结构看，处于事业上升期的用户更注重服务品质与体验，追求更高层次的康养服务，而父母群体则更关注实用性与性价比
- 基于消费分层特征，市场参与者需针对不同代际群体的核心需求进行精准定位和服务创新

/// 康养机构选择：价格敏感度凸显，服务质量与效果并重

用户在选择康养机构时优先关注**费用与性价比**
其次是**服务质量、效果与口碑、环境与设施**

自己主要考虑事项分布

提及率

选择康养方式或机构时主要考虑因素



为父母选择时主要考虑事项分布

选择康养方式或机构时主要考虑因素



说明：其他选择非常少，忽略不计

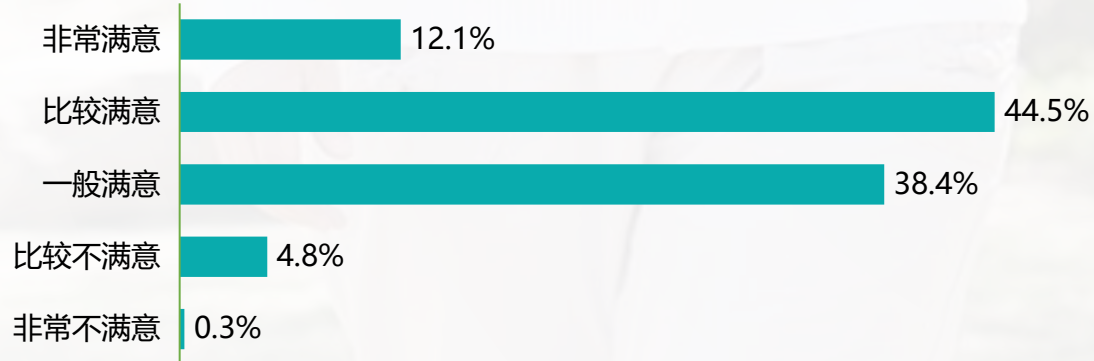
- **费用与性价比为首要考量因素**，服务质量和效果与口碑的需求印证康养服务的结果导向特征，即现代消费者愿为可衡量的健康改善支付合理费用，但**拒绝为过度包装的高端概念买单**
- 从产业演进角度分析，康养市场正在经历从资源驱动到能力驱动的结构转变，环境与设施、专业资质和机构规模的排名表明，随着行业逐步规范，用户不再单纯迷信机构背景，而是**更关注服务过程中的核心体验**。成熟市场的消费者更倾向于选择在特定领域具有专业深度和服务亮点的中型机构，而非盲目追求大型知名品牌

/// 康养满意度：整体表现良好，用户自身与父母群体满意度均处于较高水平，父母略低

自己满意率

整体满意率较高，康养服务体系在满足核心用户需求方面已初见成效

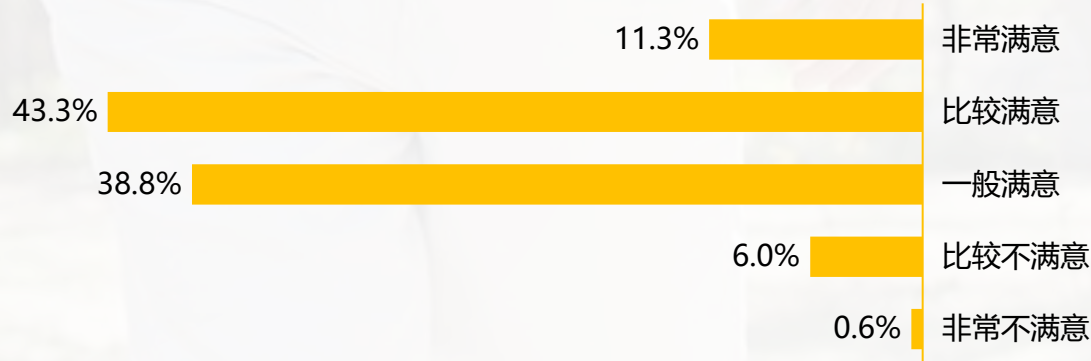
95.0%



父母满意率

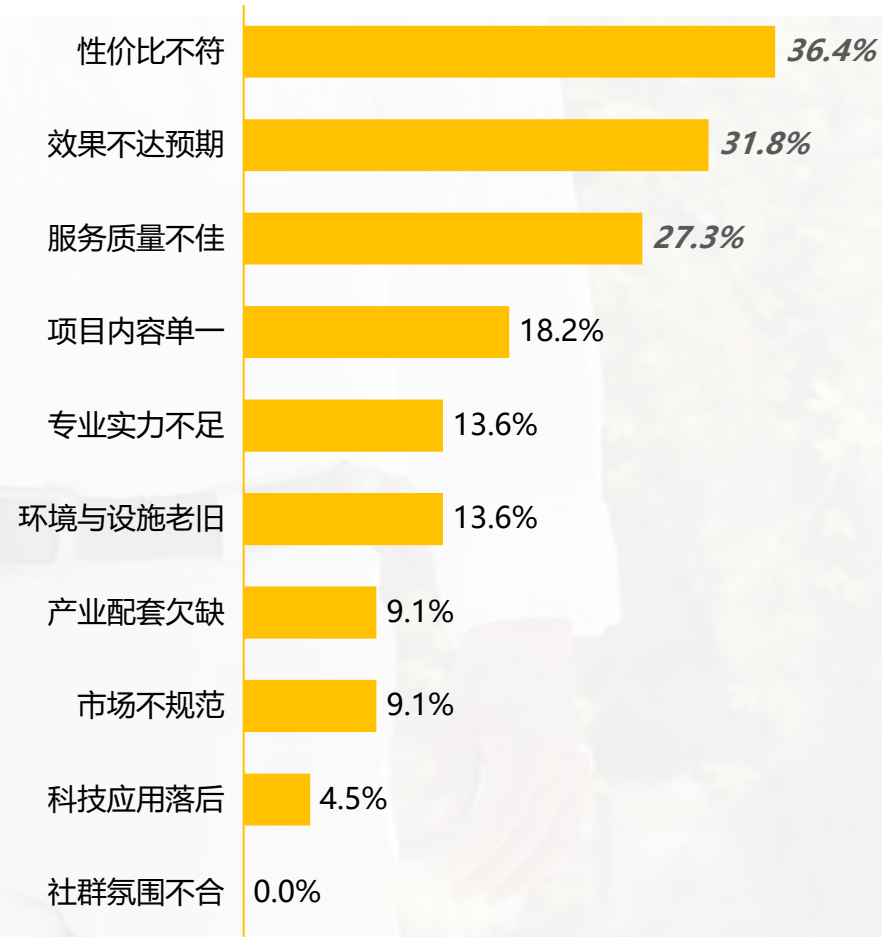
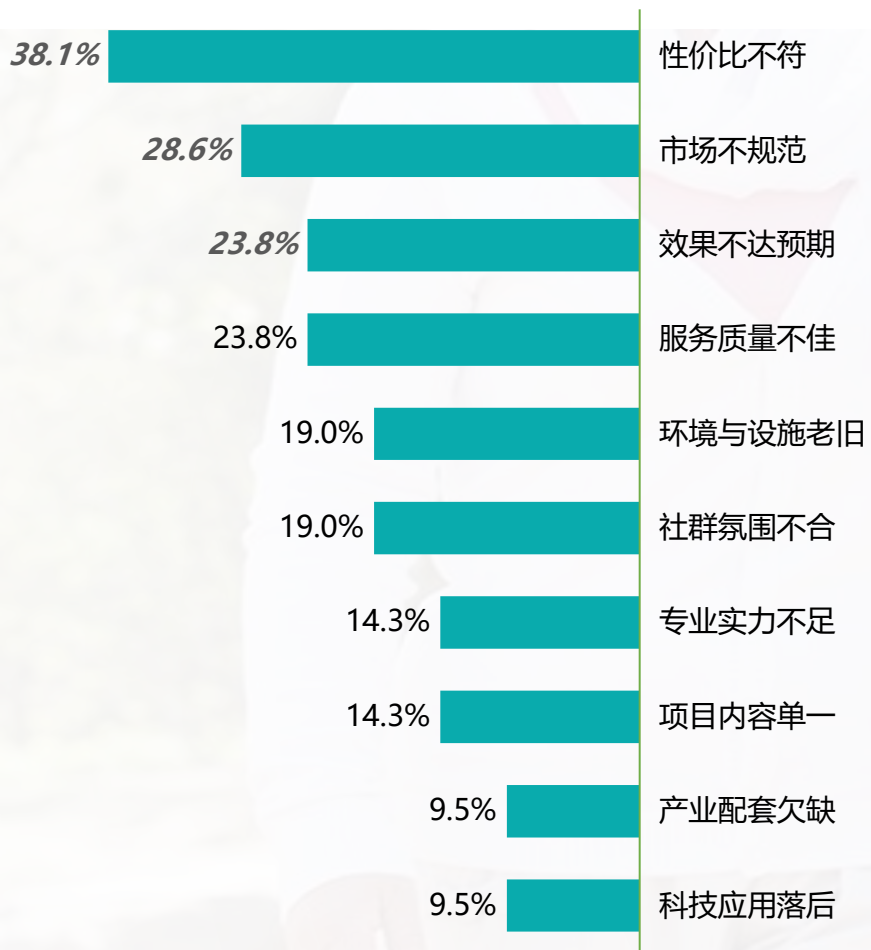
父母群体的满意率低于用户自身，表明现有产品与服务对老年群体的精准匹配度有待提升。服务供给与老年用户真实需求之间存在差距，针对银发群体的产品优化值得重视

93.4%



说明：满意率=（非常满意样本数+比较满意样本数+一般满意样本数）/总样本数

III 康养不满意方面：性价比与服务质量是共同痛点，代际需求呈现差异化分布



- 从共性来看，由于康养服务本质上是一种需要长期投入的健康消费，**性价比不符、效果不达预期和服务质量不佳**成为用户自身和父母群体共同的核心痛点
- 在共性诉求之外，由于不同代际群体的消费决策逻辑和社交需求存在本质区别，其不满意因素呈现出显著分化。用户自身作为信息获取能力更强的群体，市场规范性更关注，同时对社群氛围有明确要求，体现了年轻群体在消费决策中注重信息透明和社交归属感的特质。而父母群体则对项目内容单一问题更为敏感，这与其作为服务直接使用者的角色相关，表明**老年用户对服务内容的丰富度和持续性有着更强烈的诉求**

III 康养满意方面：环境设施与专业效果获共同认可，代际偏好呈现差异化特征



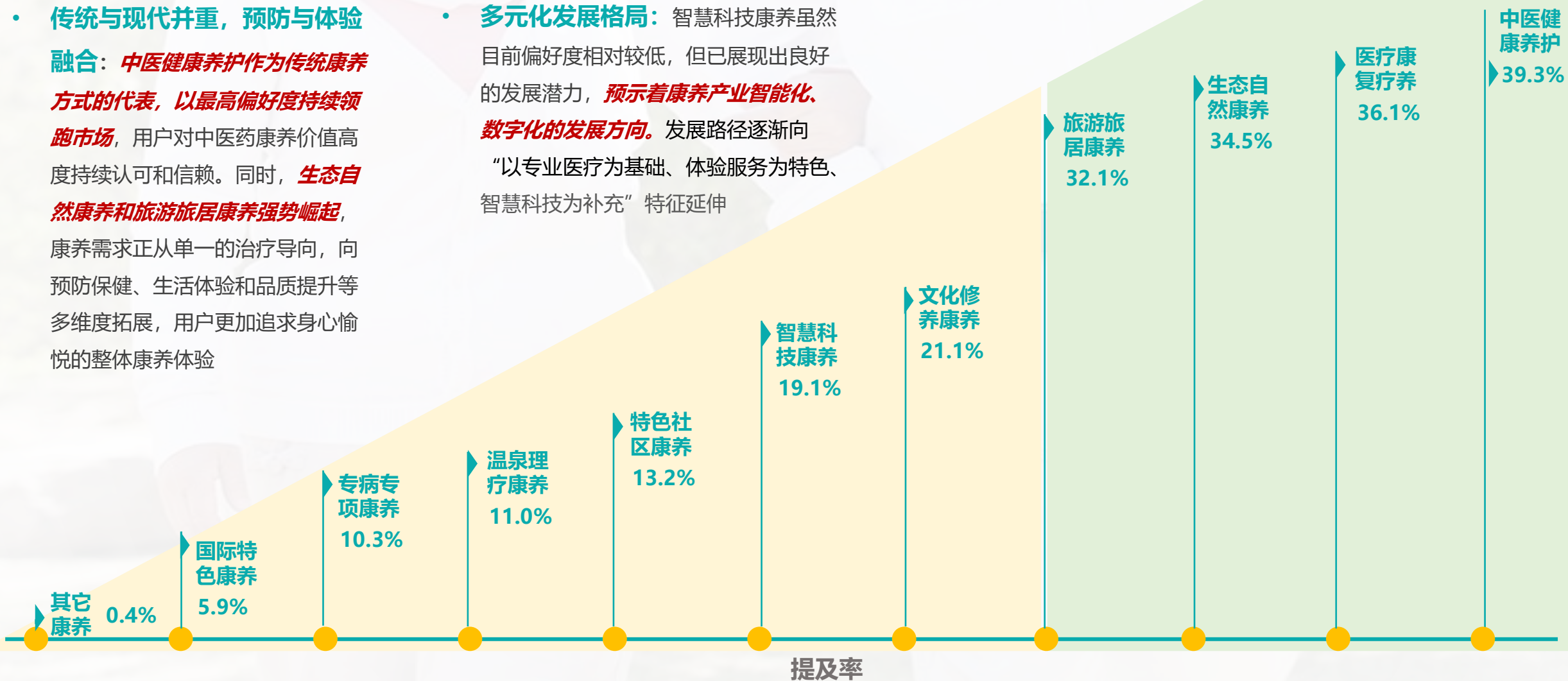
• 由于康养服务的本质是提供健康生活解决方案，环境设施、服务效果、专业实力共同构成了用户满意度的基础，在用户自身和父母群体中都获得了高度认可

• 基于不同代际群体的生活需求和社交特征存在显著差异，其满意因素呈现出明显的分化趋势。用户自身群体因更注重**个人体验和多样化需求**，对项目内容丰富度的满意度更高；而父母群体由于**社交需求更为突出**，对**社群氛围融洽**的重视程度明显高于年轻群体，对**生活便利性**的要求更高，对**产业配套完善的满意度也更为突出**

未来康养方式偏好：传统中医与医疗康养保持领先地位，生态自然与旅游旅居康养快速崛起，文化修养与智慧科技等特色康养形成有益补充

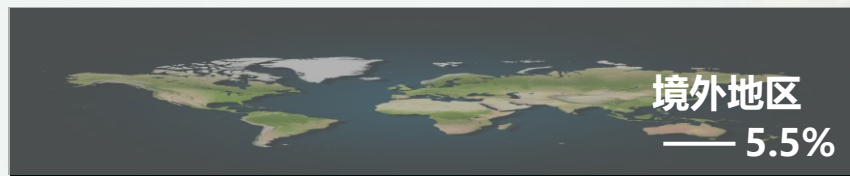
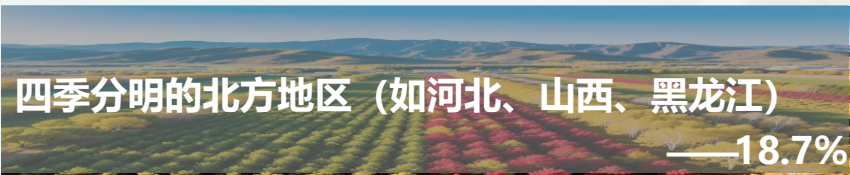
- 传统与现代并重，预防与体验融合：**中医健康养护作为传统康养方式的代表，以最高偏好度持续领跑市场**，用户对中医药康养价值高度持续认可和信赖。同时，**生态自然康养和旅游旅居康养强势崛起**，康养需求正从单一的治疗导向，向预防保健、生活体验和品质提升等多维度拓展，用户更加追求身心愉悦的整体康养体验

- 多元化发展格局：智慧科技康养虽然目前偏好度相对较低，但已展现出良好的发展潜力，**预示着康养产业智能化、数字化的发展方向**。发展路径逐渐向“以专业医疗为基础、体验服务为特色、智慧科技为补充”特征延伸



未来康养地区偏好：备受青睐的前三大康养区域依次为西南地区、海滨城市与热带海岛

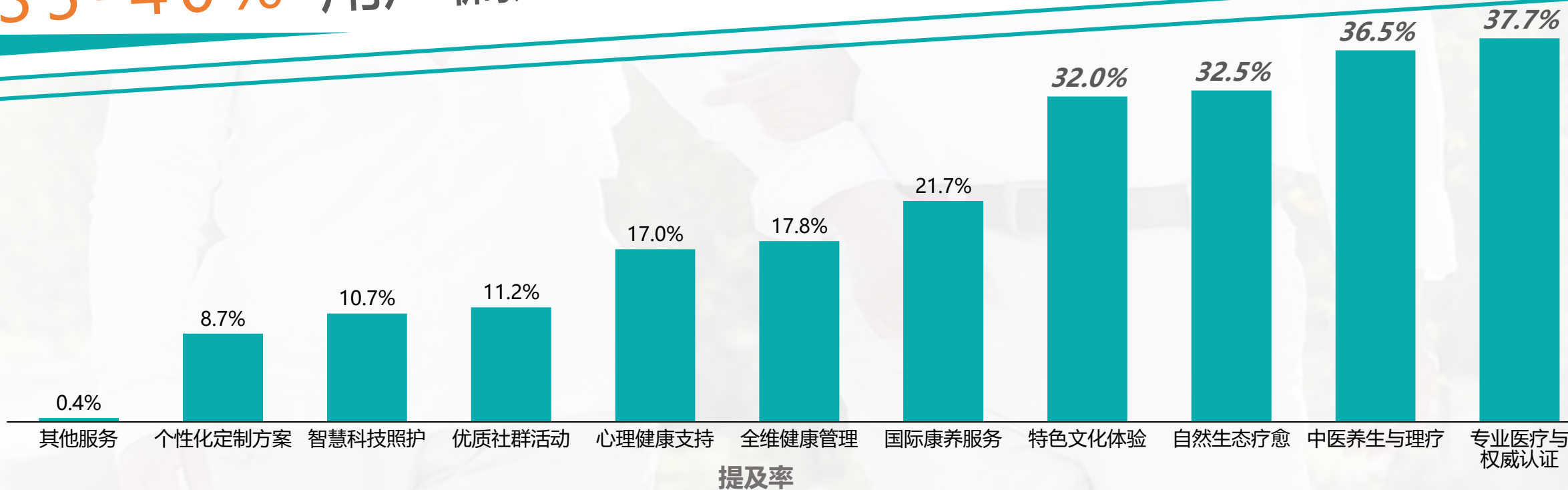
提及率



从调研数据可以看出，未来康养目的地偏好呈现出明显的“自然宜居导向”：气候宜人的西南地区（47.3%）成为首选，滨海城市（42.8%）排名第二，体现了大众对温和气候、优质生态环境的核心需求；热带海岛、乡野山村等自然属性较强的区域有较高关注度，而四季分明的北方地区、沿海发达城市及境外地区的选择占比较低。整体而言，“慢节奏+好环境”是康养目的地选择的核心逻辑，自然生态类区域更契合康养人群的生活与健康诉求

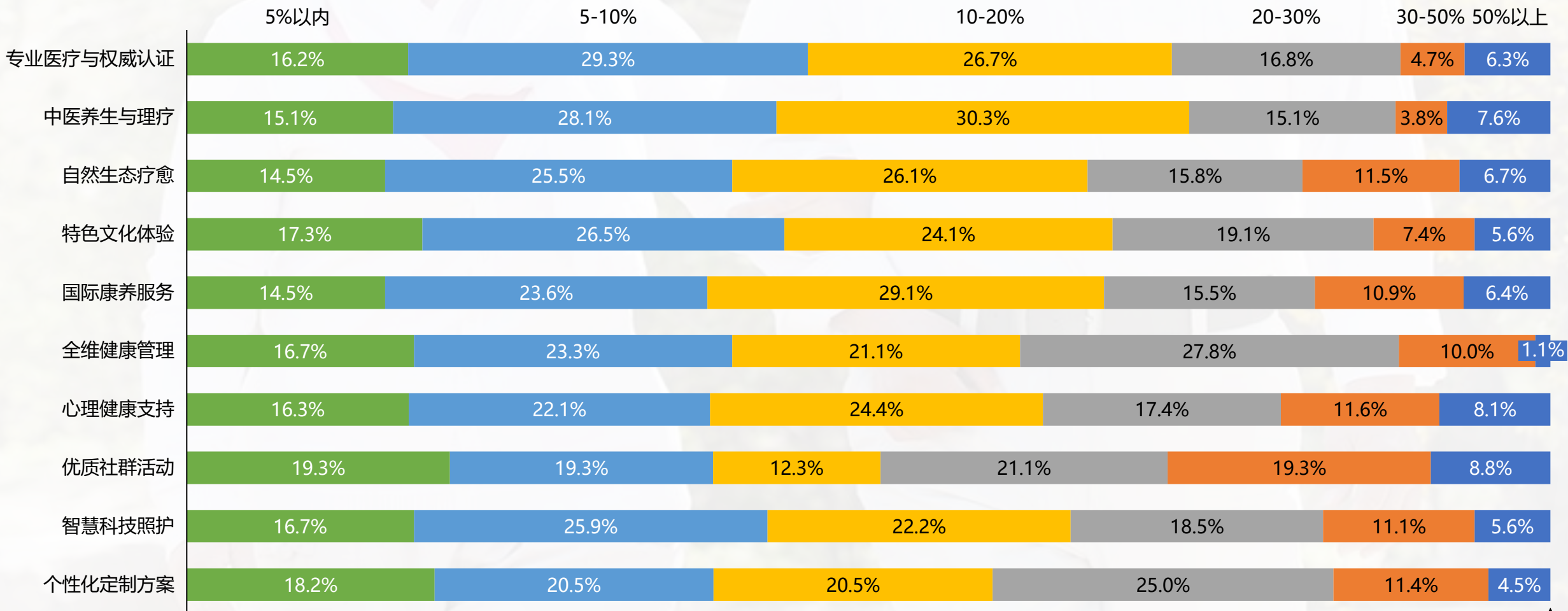
特色康养元素期待：专业医疗与中医养生需求领先，自然生态与文化体验成为重要增长点

35-40% 用户偏好专业医疗和中医理疗



- 康养消费的核心诉求仍聚焦于**服务的专业性和可靠性**，专业医疗与权威认证以最高期待值成为用户首选。中医养生与理疗以相近的占比紧随其后，体现了传统养生智慧在现代康养中的重要地位，形成了中西医并重的康养服务格局
- 用户在追求专业医疗服务的同时，也越来越重视通过**自然环境和文化滋养**，自然生态疗愈和特色文化体验共同构成了第二梯队。国际康养服务、全维健康管理等新兴元素的兴起，以及智慧科技照护、个性化定制方案等创新服务的出现，则展现康养产业多元化、个性化的发展趋势

特色元素溢价支付比例：用户愿为特色服务多付5%-20%，专业医疗仍是基本盘，但溢价空间相对固化，心理健康、个性化服务、国际服务等溢价空间相对较大

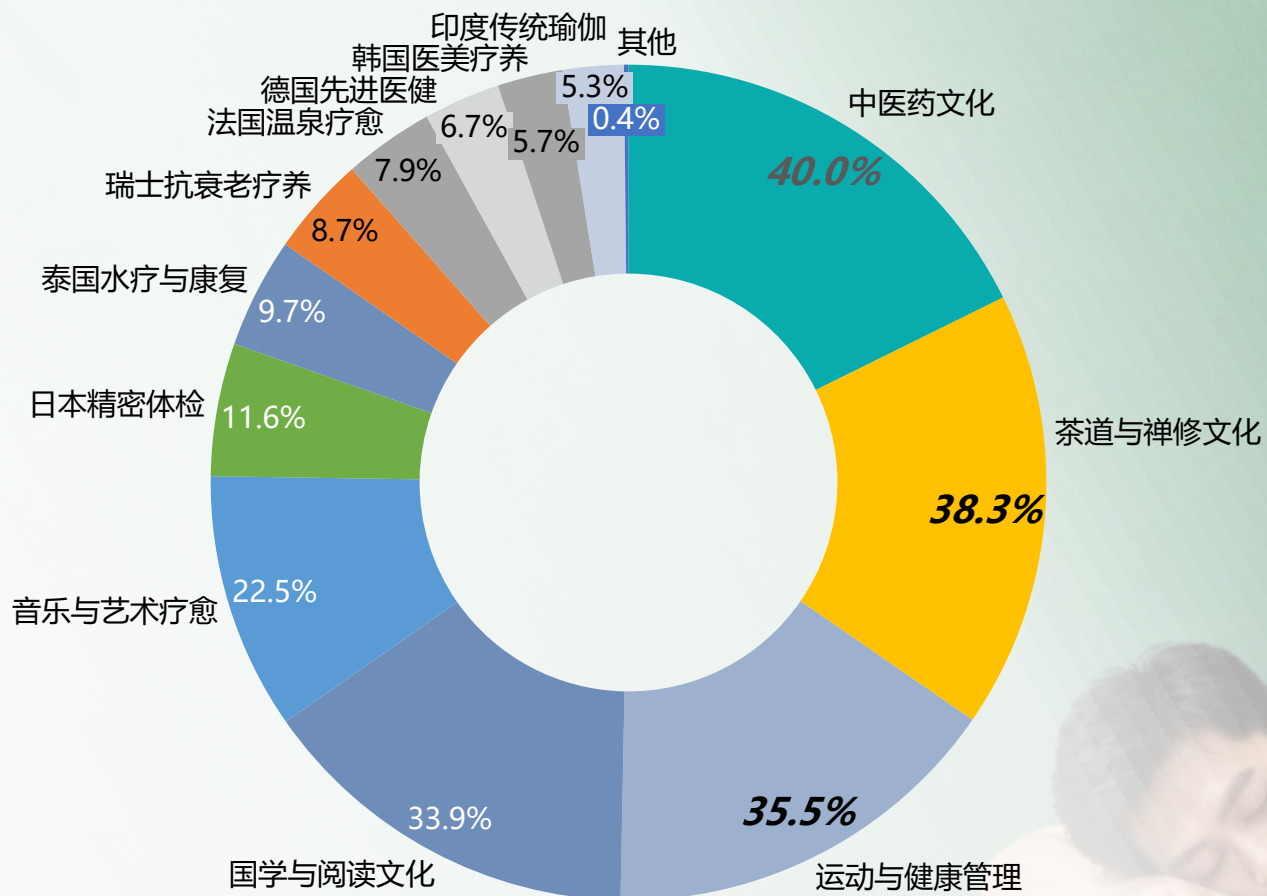


- **专业医疗仍是基本盘**，其用户基数最大，但溢价空间已被市场充分认知，难以获得超额溢价
- 部分追求品质生活、**具有国际视野或强烈社交需求的用户**，愿意为独特的体验和圈层支付更高费用，这为康养市场的高端化和细分化提供了方向
- **心理健康支持与个性化定制方案**，其目标客群规模不大，但付费意愿非常强烈，这类服务满足了用户更深层次、更个性化的需求，具备打造高毛利精品服务的潜力

100%

特色康养方式偏好：传统文化元素占据主导，本土养生方式更受青睐

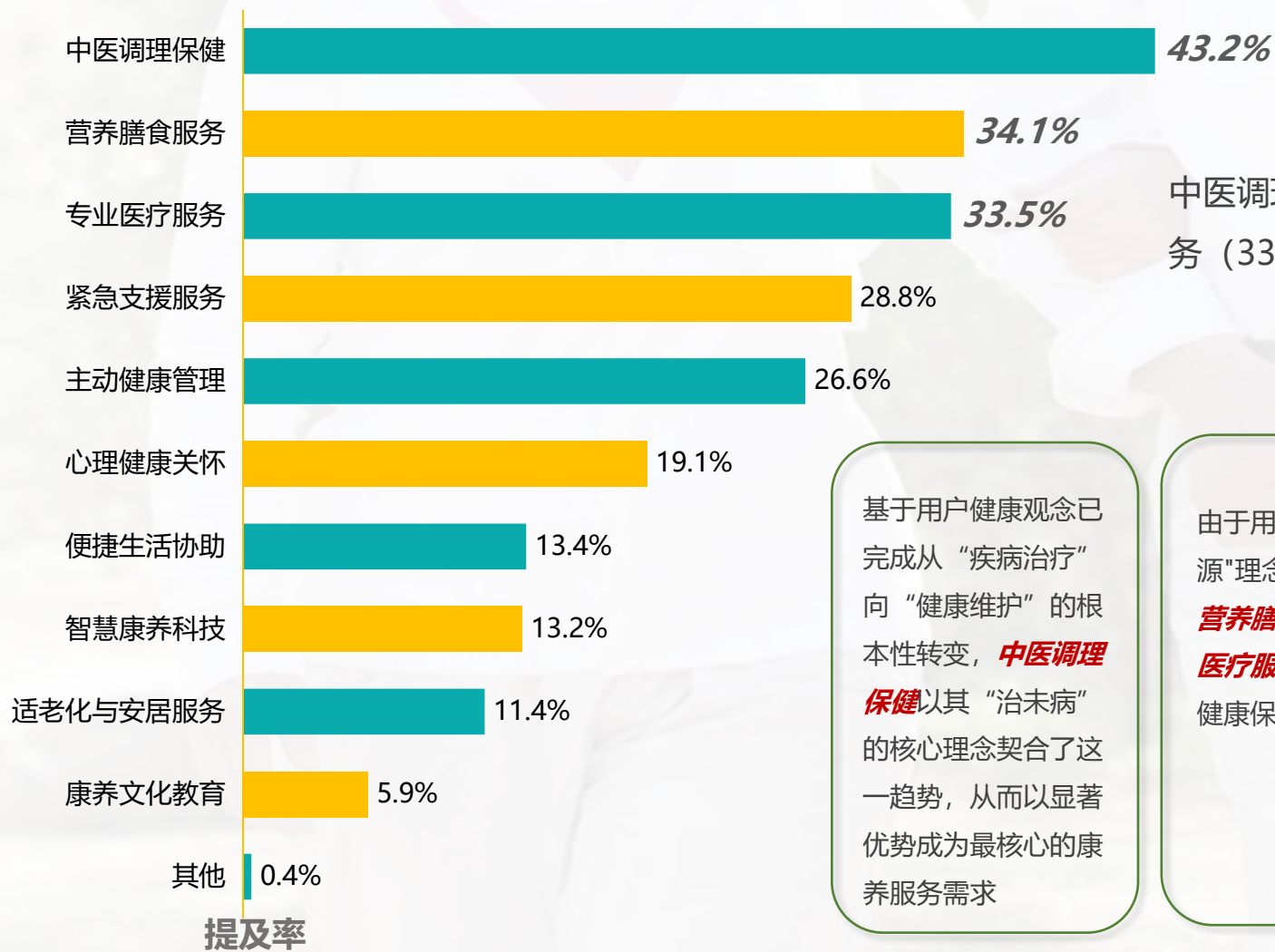
本土康养成主流：传统文化元素主导康养选择，用户更青睐“身心灵”一体的本土养生方式



- 随着文化自信的提升，用户对本土养生智慧的认同感与日俱增，**传统文化成为康养核心IP**
- 用户逐渐追求“身心灵”全方位的平衡与和谐，**康养内涵已超越身体层面，注重精神滋养**
- **国际康养方式作为补充，尚未形成主流**，用户更倾向于选择文化亲近性强、理解与接受门槛低的本土方式



特色康养服务偏好：中医调理主导，营养与医疗并重，主动健康与心理关怀构成重要补充，智慧科技与适老服务占有一席之地



中医调理保健（43.2%）、营养膳食服务（34.1%）和专业医疗服务（33.5%）是用户备受期待的

三大康养服务

基于用户健康观念已完成从“疾病治疗”向“健康维护”的根本性转变，**中医调理保健**以其“治未病”的核心理念契合了这一趋势，从而以显著优势成为最核心的康养服务需求

由于用户对“医食同源”理念的深度认同，**营养膳食服务与专业医疗服务**共同构成了健康保障的双基石

随着康养服务需求向更前瞻、更精细的维度延伸，**主动健康管理与心理健康关怀**作为重要补充层应运而生

鉴于基础设施对整体服务体验的支撑作用，**便捷生活协助、智慧康养科技**等基础服务通过与核心服务的协同，共同提升康养服务的质量与效率



PART 04

优秀案例

国内康养产业已形成旅居、医疗、地产、保险、中医药、食品+康养等六大核心赛道，各赛道标杆案例通过以“跨界融合、模式创新、品质服务”为核心，通过文化赋能、技术加持、生态构建与精准适配全龄需求，勾勒出多元化、高质量的发展路径

-
- 旅居+康养优秀案例
 - 医疗+康养优秀案例
 - 地产+康养优秀案例
 - 保险+康养优秀案例
 - 中医药+康养优秀案例
 - 食品+康养优秀案例

/// 旅居+康养优秀案例：隐墅、灰汤温泉、拈花湾、阿朵花屿等优秀案例，正推动中国旅居康养迈向“体验导向、身心融合”的发展阶段。通过场景与体验，让人在旅居中自然地调理身心神

景致疗愈

核心卖点：独特的自然景观，以环境转换作为直接的疗愈手段

文化浸润

核心卖点：深厚的文化或特定主题，通过深度参与和体验来获得满足

多元共栖

核心卖点：整合了居住、社交、娱乐、服务等功能的生态，提供生活化的旅居体验

中国旅居康养行业标杆品牌案例

自然资源疗愈

灰汤温泉小镇



清凉湾温泉康养小镇



温泉疗愈

仙居谷森林康养基地



森林生态

广西北海银滩区域



滨海/湖滨

文化主题体验

药王谷



无锡拈花湾



武当山太极湖



成都明月村



综合度假社区

阿朵花屿



海坨山谷



安吉度假村宿



/// 旅居+康养优秀案例：隐墅通过“轻资产运营、文化IP驱动、社群价值共生”，成功打造旅居康养创新范式

优秀案例分析

隐墅



中国逆城市化健康生活方式的定义者与引领者

隐墅是一个以东方哲学为底蕴、以闲置资产为空间载体、以疗愈性生活方式为产品内核的创新品牌。它旨在为都市人提供一种回归自然、回归传统、回归本心的旅居康养解决方案

主要特点

轻资产·重内容

超越食宿观光，构建多主题活动沉浸式体验

深体验·强IP

以文化叙事构建独特IP，以互动参与深化用户连接

精定位·高价值

瞄准高潜力客群，交付高溢价体验



核心优势

品牌灵魂	核心：隐墅十六关	价值：为每个项目注入独特东方生活哲学故事线，打造可居住的文化作品，实现根本性差异化
敏捷模式	核心：激活乡村闲置资产	价值：低成本、低风险、快复制，完美契合乡村振兴的资产盘活需求
可持续运营	核心：联动农民，打造“朴树”有机产品链	价值：构建“在地生产-健康体验”微循环，提升品质、创造价值、共生社区
情感连接	核心：隐墅日与正念日等	价值：以公益与社群活动，构建价值观共同体，增强用户粘性与品牌温度
深度体验	核心：主题化内容（禅茶、冥想、太极）	价值：提供高情绪价值与身心疗愈效果的精准服务，支撑高端定位

/// 医疗+康养优秀案例：以北京王府中西医结合医院、杭州朗颐国际医养中心等为代表的行业标杆，正推动中国医疗康养迈向“高端化、精准化、智慧化”的发展新阶段，通过融合顶尖技术、全周期管理与人性化服务，构建值得信赖的健康保障体系

全链整合

整合医疗服务、康复护理、长期照护乃至安宁疗护的全链条能力，实现“医、康、养、护”一体化

综合型医养融合机构

北京王府中西医结合医院



杭州朗颐国际医养中心



细分医疗领域聚焦

以深度技术和专业能力形成壁垒，服务具有高度医疗属性，是康养体系中解决特定疑难问题的专科医院

专科型技术驱动机构

顾连医疗



东方华康医疗集团



/// 医疗+康养优秀案例：北京王府中西医结合医院通过“高端中西医融合与全生态布局”，成功打造非公医疗康养旗舰范式

优秀案例分析

北京王府中西医结合医院（法政集团）



中国高端非公中西医融合医疗生态的构建者

北京王府中西医结合医院是法政集团旗下的医疗旗舰，以打造国际化高端中西医融合医疗航母为愿景。它依托三甲资质、顶尖专家矩阵、智慧化系统与二期国际中心规划，构建了一个涵盖治未病、急危重症、康复疗护、国际传播的完整医疗康养生态，旨在为全人群提供高品质、有温度、可持续的健康解决方案

主要特点

三甲基石

作为北京市非公立三甲中西医结合医院，提供全生命周期健康服务

国际资源智慧赋能

接国际顶尖专家与设备，构建互联网医院、自动化药房等智慧系统，推动中医药国际化

生态扩展

规划二期八大国际中心，构建大健康生态

核心优势

资质标杆信任锚点	核心： 拥有北京市非公立三甲中西医结合医院、国家卫健委科研院所临床中心等多项顶尖资质	价值： 建立了在非公立医疗领域极高的公信力与品牌护城河，成为患者信赖的首选
中西医闭环疗效保障	核心： 构建“西医精准诊断+中医特色调理”、“急危重症救治+安宁疗护”、“线下实体+互联网医院”的全链条服务闭环	价值： 为各类疾病提供更优解决方案，疗效可感知，支撑高服务溢价
智慧运营体验革新	核心： 部署自动化药房、智能煎药中心、互联网医院、移动护理等全方位智慧系统	价值： 极大提升运营效率与医疗安全，优化患者就医流程，提供便捷、高效、透明的现代化服务体验
国际传播文化赋能	核心： 连续举办“法国医师中医高级研修班”，牵头中法医学国际论坛，建立国际医疗部	价值： 将中医药打造成高价值文化IP，提升品牌国际影响力，吸引高端客群

/// 地产+康养优秀案例：以中铁太阳城、复星康养等为代表的领先模式，通过全龄融合、存量焕新与深度服务，重塑居住即康养的价值逻辑

多业态融合，激活内生客群价值

在大型综合开发项目中，将康养设施作为标准配套，与住宅、商业、教育深度融合，服务全龄段业主，实现社区内部循环

持有运营，深耕城市核心服务

在城市核心区或近郊，开发并持有运营集高端养老居住、专业护理、医疗门诊及商业服务于一体的复合型康养项目

轻资产快跑，破解城市养老难题

通过收购、租赁或改造城市存量物业（如旧酒店、办公楼），将其转型为专业康养机构，实现轻资产、快速布局的商业模式

中国地产康养行业标杆品牌案例

大盘全龄共生社区

中铁地产



绿城乌镇雅园



中海锦年康养



城市康养服务综合体

复星康养



佰仁堂



存量资产活化运营

万科随园



朗诗常青藤



/// 地产+康养优秀案例： 中铁地产通过“大盘配套+全龄社区”，成功打造地产转型康养稳健范式

优秀案例分析

中铁地产



中国逆城市化健康生活方式的引领者

中铁地产的康养模式，是以雄厚的综合开发能力为底盘，以“大社区、小机构”为形态，以全龄友好、持续照料为内核的稳健发展路径。它旨在为城市家庭提供“一碗汤距离”的、有安全感的代际融合康养生活解决方案

主要特点

底盘依托·业态融合

依托大型综合社区，将康养设施作为标配业态与商业、教育等深度融合

全龄覆盖

提供从活力自理、辅助生活到专业护理的全龄段、全周期服务产品

自持运营·品质可控

核心康养设施坚持自持运营，确保服务标准统一与品牌口碑长期主义



核心优势

转型稳健	核心：利用大型社区成熟客流与配套平滑切入康养赛道	价值：显著降低纯养老项目的市场风险与营销成本，模式更稳健可持续
客源基础大	核心：庞大的在住业主与社区居民形成天然客源池	价值：为康养业务提供持续、稳定的内部客户导流，保障去化与运营基础
政策契合	核心：造全龄融合、代际共生的和谐社区样本	价值：高度契合积极老龄化与社区养老政策，提升企业社会形象与综合价值
配套溢价	核心：将高品质康养配套作为大盘核心价值点	价值：有效提升整个社区的品牌溢价与住宅销售去化速度，反哺地产主业
模式稳健	核心：形成“以住养服、以服促住”的共生型商业闭环	价值：现金流更稳健，抗周期能力强，实现地产与康养业务的长期协同发展

/// 保险+康养优秀案例：以泰康之家、中国平安等为代表的领军者，成功构建了“金融产品+实体服务”的中国特色康养金融生态，解决了长期支付信任与高品质服务供给的核心痛点，定义了行业标准

保险康养分类

锁定终身，构建终极解决方案

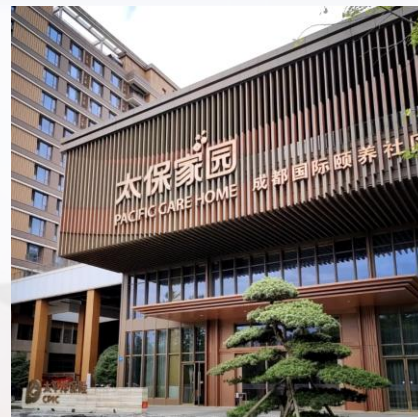
通过“保单+入住权”深度绑定客户，利用长期保险资金自建自营CCRC社区，形成支付与服务终极闭环

保险支付+实体社区

泰康之家



太保家园



国寿嘉园



支付为钥，整合专业服务生态

以保险产品为支付入口和信用保障，整合第三方专业服务商，构建覆盖全国的上门服务网络、健康管理服务网络

居家养老服务网络

平安臻颐年



合众人寿

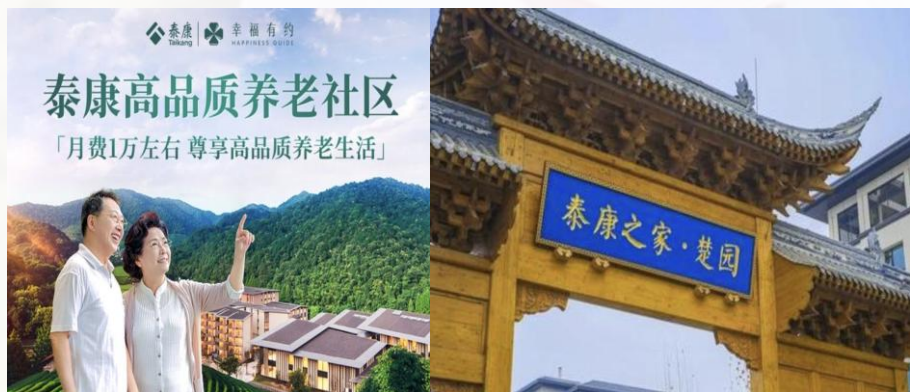


中国保险康养行业标杆品牌案例

III 保险+康养优秀案例：泰康通过“支付+服务闭环”，成功打造康养金融终极范式

优秀案例分析

泰康保险集团



中国“长寿时代”综合解决方案的开拓者与引领者

泰康模式是以长期保险资金为支撑，以实体医养社区为载体，致力于解决人们长寿带来的财务与健康挑战的创新型商业生态。它旨在为客户提供涵盖财务规划、养老服务、医疗服务的一站式终身保障

主要特点

支付锁定需求前置

通过幸福有约保险产品，提前锁定未来养老社区的支付与入住权益

重资产布局全国连锁

在核心城市自建自营高端养老社区泰康之家，实现标准化、规模化复制

医养融合生态闭环

每个社区配建康复医院，并延伸至终极关怀，完成“医养康宁”全产业链布局



核心优势

全生命周期方案	核心： 提供覆盖财务规划、养老居住、医疗健康的终身一站式解决方案	价值： 解决客户终极焦虑，建立最深度的客户绑定与无可替代的客户价值
自营品质与品牌标杆	核心： 统一自营高端养老社区，树立“泰康之家”行业品质标杆	价值： 形成强大的品牌溢价能力，支撑高额入门费与持续服务费
金融闭环与利润保障	核心： 形成保险资金投资-保单销售回笼-服务费创造现金流的金融闭环	价值： 业务板块间协同性强，利润来源多元且稳定，抗风险能力突出
规模效应下的成本优势	核心： 实现全国核心城市连锁化布局与标准化运营	价值： 在采购、管理、人才培养上形成规模效应，持续优化运营成本结构
行业定义者与标准引领	核心： 成功开创并验证“保险+养老+医疗”的中国模式	价值： 成为行业事实标准与追随标杆，享有定义者红利与生态号召力

/// 中医药+康养优秀案例：以健九鹤、同仁堂等为代表的品牌，正在将传统中医药的“道地”与“古法”转化为现代消费者可感知、可体验、可信任的高价值康养产品与服务，推动国粹焕新

根源品控，传承千年匠心

建立从中药材种植、溯源到古法炮制（如膏方、丸散）的全产业链品控体系，确保产品力的根源性与独特功效

道地药材与古法制剂

健九鹤



同仁堂



便捷触达，融入日常健康生活

将中医“治未病”理念与现代化健康管理结合，在社区场景提供便捷的体质辨识、节气调理、慢病干预等常态化服务

社区化治未病服务

固生堂中医



广药白云山



中医药+康养优秀案例：健九鹤以“道地药材+非遗技法”打造中医药康养新范式

优秀案例分析

健九鹤



“致良知、致健康、至未来”的中医药康养传承者与创新者

健九鹤是一家以珍稀名贵中药材——铁皮石斛为核心，利用北纬三十度地理优势、依托余姚铁皮石斛地理标志和“健九鹤”品牌，集余姚铁皮石斛原种选育、生产销售、科普教育、养生咨询、旅游观光及中医药大健康产业研究开发的现代化高科技企业

主要特点

道地根基，品质可溯

依托余姚铁皮石斛国家地理标志，打造黄金标准；通过中欧美三重有机认证+三无一全基地认证，源头保障；推行阳光运营+PICC承保，实现“买得放心、用得安心”

非遗活态，守正出新

余姚铁皮石斛炮制技艺入选宁波非遗，传承16道核心工序，以现代科技为非遗插上“翅膀”，推动技艺活起来；创新开发红曲茶、蜜梨白兰地等省级认可产品

体质定制，全场景覆盖

围绕“九种体质，一斛定制”理念，开发九大系列产品；借力药食同源目录准入，推动从高端滋补向日常消费转型；构建辨识-体验-调理一体化服务流程



核心优势

技术研发：产学研合作成果转化

与浙江大学、江南大学、浙江农林大学合作，开展“种质资源攻关、林下生态种植、深加工技术创新”，培育“健九鹤1/2/3号”新品种，提升石斛保健功效

生产质控：数字化车间+全流程溯源

数字化车间实现参数化控制，温度波动不超过±0.5°C，并打造三线溯源体系，消费者扫码可查看全链数据

生态模式：生态共生模式体现生态价值

推广“果斛共生”模式，提升“土地利用效率、水果附加值、石斛营养成分”。建成全国首个野生石斛自然保护小区，设立世界石斛种子博览库

产业延伸：科技小院+生态品牌融合

科技小院由浙江农林大学专家驻点指导，培育石斛种植专家，并打造“种植基地+非遗体验+科普展馆”，实现“产业即旅游、产品即文化”

社会价值：社会责任融合与助农共富

通过“公司+合作社+农户”模式，累计带动农民增收1100余万元。同时，为残疾人员工提供定制化岗位设计、技能培训，体现有温度的健康产品

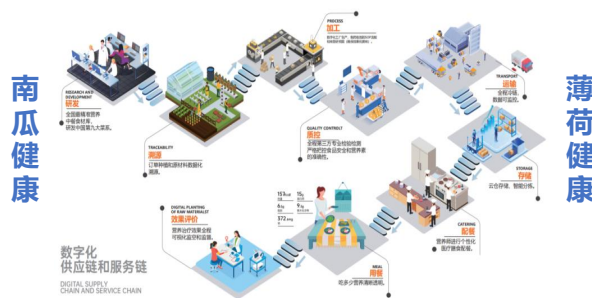
食品+康养优秀案例：以南瓜健康、汤臣倍健等为代表的创新品牌，正在引领食品行业从“大众消费品”向“个性化健康解决方案”升级，通过“数据+产品+服务”重塑营养健康市场

中国食品康养行业标杆品牌案例

数据驱动，定制专属营养方案

以个体健康数据为核心，提供集评估、产品组合、营养指导与长期随访于一体的个性化健康管理服务。其交付的不仅是产品，更是持续的服务与动态调整的方案

精准营养解决方案



汤臣倍健



周期陪伴，培养健康生活习惯

运用现代科技或传统智慧，研发生产具有明确健康功效、便捷即食的食品。用户通过直接购买和使用产品来获得健康益处，其互动是“购买-食用”的单次行为

功能化康养消费品



正官庄



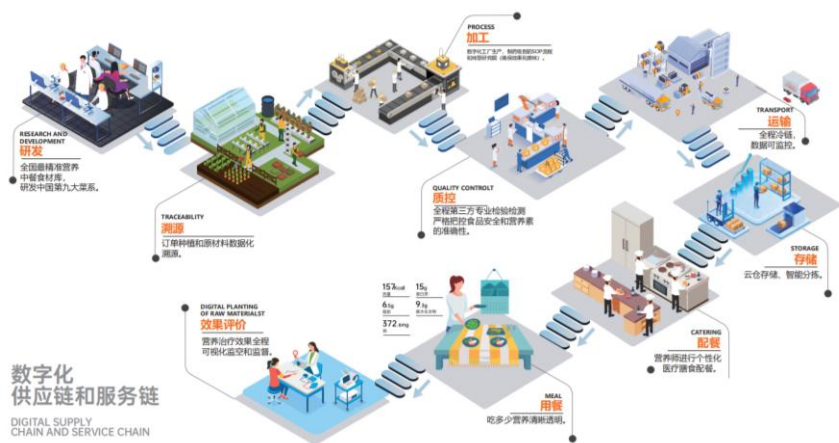
雅培



食品+康养优秀案例：南瓜健康通过“AI算法+精准营养配送”，成功打造功能食品服务化范式

优秀案例分析

南瓜健康



中国医学营养膳食践行者与引领者

南瓜健康模式是以营养科学为依据，以功能性食品为载体，以订阅服务为形式，致力于为用户提供便捷、个性化、可持续的每日营养解决方案。它旨在将专业的营养管理，变成一种简单、可坚持的生活方式

主要特点

数据定制科学方案

基于体检与生活习惯数据，由营养师提供一对一方案

订阅模式

采用周期订阅制（按月/季），定期将定制化营养餐盒配送到家，培养消费习惯

社群运营

建立专属营养社群，提供打卡、咨询、直播等持续陪伴服务，提升依从性与粘性

核心优势

临床科研专业壁垒	核心：方案与产品经过临床科研验证，并获医疗体系“处方化”认可	价值：构建了高信任度的专业护城河，建立了与普通消费品的本质区隔
供应链全链路交付保障	核心：具备核心产品的自主研发能力与敏捷的供应链体系	价值：确保个性化营养方案能稳定、可靠地转化为实物产品与服务，是用户体验与效果的坚实基础
健康数据驱动效果	核心：基于健康数据定制方案，并通过持续服务干预确保效果达成	价值：将可见的健康改善效果，转化为用户留存与复购的核心驱动力，形成商业闭环的基石
可扩展商业模式	核心：采用订阅制获取稳定收入，并拥有标准化的服务体系	价值：商业模式健康可预测，且能以低边际成本向多元场景渗透，增长弹性高



PART 05

总结建议

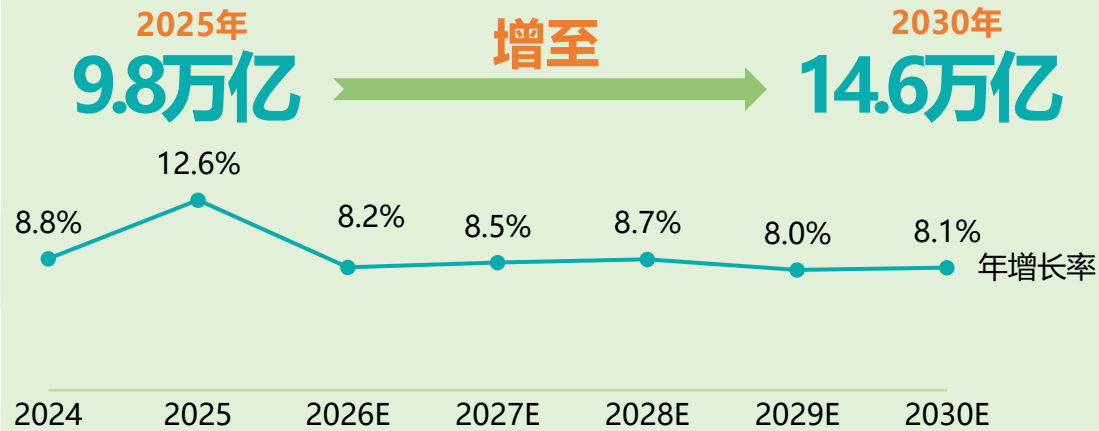
未来我国康养产业将迎来规模化增长、全龄化、刚需化升级与多产业创新融合的发展机遇，需通过政策引导、政企协同、技术赋能与标准完善，破解区域失衡、服务参差等挑战，迈向高质量发展新生态

产业趋势：未来我国康养产业将迎来规模化增长与多产业融合创新的发展机遇，同时也面临区域发展不均衡与行业标准缺失等挑战

康养企业数量不断增加



康养产业市场规模快速增长



产业特征

逐步迈向创新融合与智能化的康养新生态

模式与产品创新	从传统养老向“医养结合”“旅居康养”“智慧平台”等新模式拓展
产业深度融合	康养与医疗、文旅、地产、科技等产业边界不断模糊，逐渐形成协同生态
专业化与智能化并重	服务趋向标准化、专业化，大数据、物联网等技术广泛应用，提升服务效能

初具规模但面临区域失衡与标准缺失的挑战

产业结构

区域发展不均衡

东西部、城乡资源分配与服务水平差异显著，需实施差异化发展战略

企业生态初具规模

国企、民企、跨界企业共同入局，但行业标准尚不完善，存在服务参差、市场无序等现象

消费趋势：康养消费呈现全龄化、家庭化与刚需化趋势，用户认知成熟驱动产业迈向品质化

消费群体演变：全龄化、家庭化、认知成熟

传统老年人

职场中青年

全龄化

家庭协同
全家共养

高线城市职场人群“未老先养”成为趋势

超**半数**用户与父母共同康养。超**七成**用户认为康养重要，从可选消费转向大众刚需

需求特征：代际分层、身心兼顾

消费偏好：传统为主、生态崛起、代际分明

体验反馈：整体满意，痛点与满意点并存

未来方向：中医主导、营养并重、科技融合

- **健康养生**为跨代共性需求，年轻群体更重**休闲情绪价值**，年长群体聚焦养老与康复
- 用户从“治病”转向“**治未病**”，追求**身心兼顾、品质生活**

- **服务选择**：具有中国特色的传统中医养护与医疗康复最受欢迎，生态旅居快速崛起
- **机构选择**：用户重性价比、服务质量与专业资质，年长群体更关注便利与持续服务
- **地域偏好**：**西南地区与海滨城市**为理想康养目的地，“慢节奏+好环境”成为核心逻辑

- **痛点**：性价比不符、效果不达预期、服务质量不稳定
- **满意点**：环境设施优良、专业实力强、效果显著

- **中医调理、营养膳食、专业医疗**成为未来三大核心服务
- **智慧科技**展现潜力，**本土养生方式**更受青睐，推动服务多元化、个性化发展

政府端建议：政府需以精准政策引领、跨部门协同和有效投入，推动康养产业从规划走向落地

推动政策精准落地与区域协同发展

- **制定差异化区域策略**：引导区域均衡发展
- **完善多元支付体系**：如长期护理险的覆盖，将预防服务逐步纳入保障范围等
- **加强政策落地衔接**：推动各项政策形成配套体系，避免政策“悬空”或“断档”，增强执行效力

01

打破资源壁垒，推动医养融合与设施配套

- **促进医养资源互通**：推动医疗机构设立康复科室，与养老机构建立协作机制，实现医疗资源有序下沉
- **整合多部门信息系统，建设一体化服务平台**
- **落实新建住宅配建要求**：将养老设施配套纳入新建住宅强制标准，实现同步规划、建设和交付

02

03

创新支持方式，优化激励机制

- **优化补贴与奖励机制**：依据服务人次与质量进行激励等
- **鼓励政企合作共建示范项目**：支持政府引导、企业主导、社会参与的合作模式，打造可复制的标杆项目
- **强化资源要素保障**：在土地、资金、人才等方面给予配套支持，营造良好发展环境

04

加强跨部门协同与示范引领

- **建立多部门协同机制**：推动老龄委、民政部、卫健委等部门形成政策合力，协同解决产业共性问题
- **完善监管与评价体系**：建立健全服务标准、质量评价和信用管理体系，提升行业规范水平

企业端建议：企业应立足自身禀赋，聚焦产品、技术和协同创新，构建差异化竞争力与持续运营能力

审视自身基因	国企应发挥资源整合优势，民企聚焦专业服务，跨界企业利用品牌优势
避免盲目扩张跟风	明确主攻方向， 形成差异化特色，不贪大求全
聚焦服务深度而非广度	在特定细分领域建立专业壁垒与口碑优势

适老化产品核心方向	便捷交通、智能居住、绿色环境、多元社交、文化融入、情感关怀
年轻化产品开发重点	职场减压与疲劳恢复、周末康养与旅居度假、亲子健康与全家调理

尊重熟悉环境	支持在自己家中或熟悉社区接受康养服务
提升情感价值	让康养成为有温度、有尊严的生活体验
满足全龄需求	从“治病导向”转向“生活品质导向”

1

战略定位与发展模式

技术赋能与运营优化

4

建设智慧康养平台	整合健康管理、服务预约、远程监护等功能
推广智能家居应用	为居家康养提供安全保障与便捷服务
实现数据驱动运营	为居家康养提供安全保障与便捷服务

2

产品与服务创新

人才建设与能力提升

5

建立专业培训体系	涵盖护理技能、心理沟通、应急处理等
创新激励机制	通过职业发展、薪酬体系等提升员工稳定性
培育服务文化	打造有温度、有情怀的服务团队

3

服务理念与用户体验

合作拓展与生态构建

6

加强跨界合作	与医疗、保险、地产等行业形成业务协同
参与社区融合	将康养服务嵌入社区生活场景
构建家庭网络	通过全家康养方案增强用户粘性

/// 配套支持建议：打造资金、人才、标准、技术四维协同支持体系，为康养产业高质量发展提供系统化支撑





PART 06

附录

精选法、德、日三国案例，旨在分别呈现“资源疗愈”、“复合地产”与“社区智慧”三大康养典范，为中国产业提供从顶层设计到落地运营的多元参考路径

-
- 法国维希温泉康养小镇 (Vichy)
 - 德国奥古斯丁集团 (Augustinum Gruppe)
 - 日本葵照护 (あおいけあ)



01.

法国维希温泉康养小镇 (Vichy)

以资源驱动为核心锚点，打造“旅游+康养”特色产业模式：通过深度挖掘自然与文化资源的康养价值，将“疗愈型旅游”的独特资源基底、专业医疗背书、跨领域产业协同、专属品牌文化有机融合，最终树立产业融合与升级的行业典范

项目介绍：依托温泉资源成就“旅游+康养”的百年经典

公私合营（政府-企业合作）的产业生态体系

Vichy康养小镇并非单一企业运营，而是形成了多层次、跨领域的产业协同网络。其核心运营主体包括：Compagnie de Vichy（维希温泉公司）、Nouvelle Société Hôtelière Vichyssoise (NSHV)、欧莱雅集团（L'Oréal）以及地方政府主导的治理主体、Vichy Communauté（维希社区）

从帝国温泉到UNESCO世界遗产

第一阶段：帝国御用期（1850-1914）

- 1846年，法国政府授予Vichy“公众健康温泉疗养中心”称号
- 1850年后，拿破仑三世大规模投资建设，奠定贵族疗养胜地地位
- 1858年：冷疗设施投入使用

第二阶段：产业化转型期（1950-2000）

- 1953年，欧莱雅启动温泉水**药妆研发**，开启康养产品化进程
- 1973年，Vichy品牌进入葡萄牙，启动国际化战略
- 1990年代，实施“热疗复兴计划”（Contrat de Plan），建设Callou和Célestins现代化设施
- 1993年：Célestins中心投入运营，形成**医疗+酒店综合体**雏形

第三阶段：全球化升级期（2017-至今）

- 2017年，France Thermes收购Compagnie de Vichy，引入专业化医疗集团管理
- 2020年，启动“Vichy Accélération 2020”五年计划，投资500万欧元改造度假村
- 2022年，启动“Renaissance du cœur thermal”（热疗复兴）项目
- 2023-2024年，Vichy Communauté投资1.2亿欧元打造现代化创新健康旅游服务
- **定位升级：从传统疗养地向预防医学、生活方式管理转型，目标年接待游客22,000名**

主要服务：从医疗到生活方式的完整谱系

医疗级温泉治疗

- **水疗服务**：水中体操、按摩浴、水下按摩、淋浴疗法等，利用15种矿物质温泉水
- **饮水疗法**：针对消化系统疾病的饮用温泉水治疗，每日定量饮用指定泉眼水源
- **泥疗与气候疗法**：结合当地自然资源，提供泥敷、气候适应训练

酒店与住宿服务

- **星级配套**：从Ibis经济型到五星Célestins酒店，覆盖不同客群
- **康养主题房**：客房内配备矿物质水、健康监测设备、理疗预约系统
- **会议与团建**：利用140公顷公园和会议设施，承接企业健康团建

预防性健康管理

- **生活方式医学**：针对肥胖、糖尿病、压力管理等，提供营养指导、运动处方、心理辅导
- **高科技护理**：Vichy Célestins提供高科技面部护理、身体塑形等美容医学服务
- **SPA日套餐**：面向非医保客户的半日/全日体验套餐，如30欧元的半日温泉通行证

消费品产业化

- **Vichy矿泉水**：Célestins泉眼瓶装水销售，延伸康养价值链
- **药妆产品**：欧莱雅集团将温泉水转化为护肤品，全球年销售额未披露但覆盖60多个国家
- **健康食品**：MOINET VICHY SANTÉ生产温泉糖、口香糖等功能性食品

产业模式：“医疗为本、地产为体、旅游为脉、保险为翼”的产业模式

Vichy的成功在于构建了医疗、地产、旅游、保险四维深度耦合的商业模式，而非单一温泉开发

1) 医疗+康养：医保驱动的核心引擎

- **处方制医疗温泉**：温泉水富含多种矿物质（如钙、镁、微量元素等），具有治疗多种疾病的功能，形成了以温泉治疗为核心的医疗体系
- **适应症明确**：主要针对消化系统疾病、风湿病、代谢综合征、呼吸系统疾病等慢性病
- **标准化疗程**：**18天**标准疗程（每周6天），由医生开具处方，形成刚性医疗需求
- **医疗监督体系**：全程由医疗团队监控，确保疗效与安全性，区别于普通SPA

4) 保险+康养：支付方整合与风险对冲

- **社保商保联动**：法国国家医疗保险（Sécurité Sociale）将Vichy温泉治疗纳入报销体系，报销比例达**65%**，商业补充保险（Mutuelle）覆盖剩余**35%**及舒适选项
- **预付制结算**：患者需提前向医保基金申请，获批后疗养院直接结算，降低坏账风险
- **职业病人群**：对工伤、职业病实现**100%**报销，锁定稳定客源
- **预防医学投入**：医保逐步将生活方式管理纳入报销，开拓增量市场

2) 地产+康养：资产沉淀与长期回报

- **不动产持有模式**：Compagnie de Vichy长期持有核心温泉设施与酒店物业，形成重资产护城河
- **功能复合化**：VY Resort将6栋历史建筑改造为“医疗保健中心”+“预防健康中心”+“奢华生活方式中心”
- **资产证券化**：通过Nouvelle Société Hôtelière Vichysoise平台，实现酒店资产的独立融资与品牌连锁
- Thermes Callou与Ibis酒店直连，形成“**治疗-住宿**”无缝衔接，提升资产坪效（单位面积的效益）

3) 旅游+康养：从治疗到度假的体验升级

- **长短周期结合**：传统**18天**医保疗程（深度治疗）+ **5天**以上自费健康度假（预防管理）
- **UNESCO品牌背书**：作为世界遗产温泉小镇，吸引高端国际游客
- **四季运营**：通过滑雪、徒步、文化等配套活动，打破温泉淡季限制
- **客单价分层**：医保客群（基础治疗）+自费客群（高端套餐、私人定制理疗），前者保量，后者保利

“温泉+X”
多业态闭环

医疗+康养

地产+康养

保险+康养

旅游+康养

对中国产业的启示：资源整合，形成“资源+X”模式延伸

深挖公私合营模式价值

通过系统化资源整合，延伸形成“资源+X”产业形态，构建“资源+品牌”双轮驱动的产业格局

探究政府-企业合作模式，共促产业发展

- 引入PPP或政府专项基金，确保公共设施与商业运营协同
- 通过地方政府提供土地、税收优惠，吸引资本方负责温泉设施建设与运营

产业链纵向整合实现价值最大化

- 中国企业应避免单一温泉或自然资源开发，需向上控制稀缺资源（如矿泉水认证），向下延伸至消费品（如药妆、功能性食品），打造本土药妆或健康产品，形成“资源+品牌”双驱动

医保整合是规模化发展的“金钥匙”

- 中国可探索将中医理疗、温泉康复等纳入地方医保或商业健通过处方制实现客流稳定
- 参考路径：与地方医保局合作，针对慢性病（如关节炎、糖尿病）制定标准化康养疗程，设定报销比例和时长限制，建立疗效评估数据库

多元化服务，覆盖多人群

- 满足大众康养需求的同时，可建立私人定制理疗、精品酒店，高端健康管理服务项目，满足高端客群需求，实现“量”与“利”双平衡

文化包装，提升故事吸引力

- 利用历史、地方文化打造软实力，提升目的地形象
- 挖掘当地历史故事、传统工艺，开展节庆活动，形成“资源+文化”叠加效应

高端化的“信用背书”

- Vichy依托世界遗产认证吸引国际游客并提升定价权。中国康养小镇应积极申报UNESCO世界地质公园、世界传统医学遗产等权威性国际认证，构建不可替代的品牌资产





02.

奥古斯丁内姆集团 (Augustinum Gruppe)

“去机构化的综合性康养社区”的全球典范。“地产+医疗+文化生活”三位一体的服务整合驱动下的复合型康养模式，是一种先进的养老哲学和成功商业模式

/// 项目介绍：“高品质、有尊严、自主选择”的高端综合性康养生活共同体

Augustinum Gruppe（奥古斯丁内姆集团）起源于德国，由奥古斯丁内姆修女基金会创立，其核心理念源于基督教的社会服务精神。经过数十年发展，它已从一个传统的养老院运营商，演变为“**高端综合性康养生活共同体**”的缔造者。拥有23家连锁机构和超过**7500名**居民的庞大规模，截至2023年，集团拥有近**6,000名**员工，年收入达到**4.441亿欧元**



市场定位



- 德国高端颐养服务市场的开创者和领导者。它所提供的并非传统意义上的“养老院”，而是被称为“Seniorenresidenzen”（长者官邸/颐养中心）的**高品质生活社区**（鼓励将康养社区建在城市中心或成熟社区内，让其成为区域性的生活、文化和服务中心）。这种社区强调是**高品质、有尊严、自主选择**的“生活方式”

目标客群：



- 主要为**有一定经济实力**、对晚年生活品质有较高追求的活力老人及需要持续照护的长者
- 通过“**多代居**”模式，也吸引年轻家庭，形成**社区生态**

价值主张



- 在熟悉的环境中，提供从活跃退休到专业护理的全方位、一站式康养生活解决方案。”
核心承诺是“**安全、自主、精彩、无忧**”

产业模式：“地产+医疗+文化生活”的三位一体运营模式

运营理念与核心竞争力

“自主生活，尽在掌握”——Augustinum所有服务的出发点都是为了保障长者在任何身体状况下都能“自主、有尊严地生活”。公寓设计、服务选择，和文化活动安排都给予居民最大的选择权



地产+康养

以服务为核心的持有型物业

- 居民入住的是拥有完整产权或长期使用权的私人公寓，面积从单间到多室不等，可以根据个人喜好进行装修
- 地产如同提供高品质生活和服务的“容器”。其盈利来自于长期的服务费、餐饮费和护理费，是一种追求稳定现金流的“长钱”模式



医疗+康养

无缝衔接的“居家持续照护”

- 通过专业护理团队实现“在自己家中接受专业护理”的理想模式。当长者身体需要护理时，护理人员会直接上门，提供24h从生活协助到专业医疗护理的全方位服务



文化+康养

营造“长久丰富精神世界”氛围

- 社区内设有剧院、音乐厅、图书馆、画廊和各类兴趣工作坊，常年举办高质量的音乐会、戏剧表演、学术讲座和艺术课程等
- 对文化生活的投入将社区从一个单纯的居住场所，提升为一个充满活力的社交和学习中心，极大地丰富了居民的精神世界，比短期的“康养旅游”更具黏性和价值

产业模式特点：多重核心理念的代表



“去机构化”养老的代表

- 彻底摒弃传统养老院医院式、长廊加病房的冰冷感
- 环境设计如同高档住宅区或度假村，有花园、咖啡馆、书店、活动中心，让老年人感觉是在“生活”，而不是在“被收容”

“多代融合”与“精神重视”的代表

- 较多奥古斯丁内姆社区向**所有年龄段开放**。里面有普通家庭公寓、甚至幼儿园。这种设计促进了代际间的自然交往，消除了老年人的社会隔离感
- 社区提供丰富的**文化、教育、体育和社交活动**，让老年人能持续参与社会活动，实现“积极老龄化”

“全链条”养老服务的代表

- 提供从**独立生活**→**辅助生活**→**专业护理**→**失智照护**的完整解决方案
- 老人如身体状况恶化，可无缝过渡到更高一级的护理，无需搬家，告别了“再次搬迁的创伤”

集体性风险保障机制的代表

- 完美地融入德国的法定护理保险体系，有能力接受高品质的服务
- 设立“Pflegekostenergänzungsregelung(PER)”的**内部护理费用补充规定**。居民可以通过缴纳一定费用加入该计划。需要护理时，其个人自付的护理费用将被限制在一个可预测的、相对较低的上限，是一种内部的、集体性的风险保障机制，极大地缓解居民对于“因病致贫”的焦虑

对中国产业的启示：建立一个让老年人有尊严、有活力、有归属感以实现精神价值的晚年生活系统

推动“社区融合”

- 养老设施应成为社区活力的赋能载体。国内诸多养老项目因选址偏远，形成“老年孤岛”现象
- 在项目选址和规划上，优先选择城市中心或成熟社区，将项目打造成社区生活的中心。可以引入对外经营的餐厅、咖啡馆、诊所、幼儿园，让康养社区成为区域性的活力点，实现代际融合与商业共赢，既能够提升老年人生活品质，亦能激活社区存量资源，与中国“15分钟社区生活圈”的规划导向高度契合

打造“全生命周期”照护服务体系

- 中国健康活跃老人、失能失智老人往往被分割在不同的机构中，一旦身体状况变化，就必须面临搬家的痛苦
- 建立“一站式”服务能力，通过“多代居”模式，也、吸引年轻家庭，形成社区生态，在熟悉的环境中为老者提供从活跃退休到专业护理的全方位、一站式康养生活解决方案

秉承“以人为中心”的核心理念

- 保障老年人尊严、自主决策权与生活品质。国内养老项目的运营逻辑现多以管理便捷性和成本控制为首要导向
- 依据奥古斯丁内姆的理念，养老服务与场景设计需锚定老年人的真实需求与情感诉求，例如支持老人留存个人物品、提供多元化的自主活动选择、尊重长期形成的生活习惯
- 关注精神需求，打造文化内核：最大化实现老年生活的“精神价值”

建立“可持续发展”的商业模式

- 以“全链条服务+保险支付+市场化运营”为核心模式，通过多元化服务锁定客户全生命周期，依托保险支付降低消费门槛，凭借专业化运营保障服务质效
- 国内养老产业长期面临“高端化”与“普惠化”的路径抉择，其PER模式提供“可负担的优质服务”范本，中国需加快完善长期护理保险等支付体系，鼓励社会资本探索覆盖中等收入群体的可持续商业模式
- 呼吁企业立足长期利益，摒弃“卖房套现”的短期盈利模式，转而通过服务费、餐饮费、护理费等长期收费模式，构建以稳定现金流为核心的“长钱”运营模式



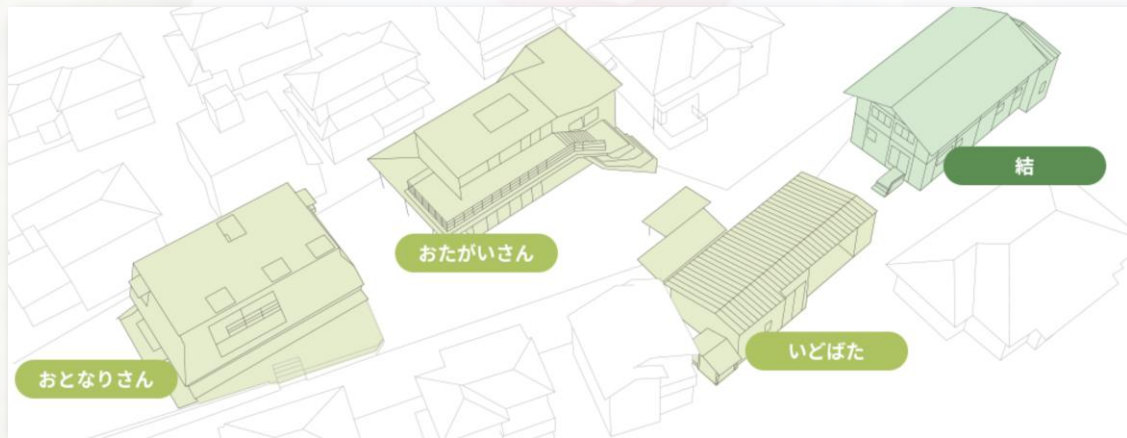


03.

日本葵照护(あおいけあ)

日本葵照护创新“小规模多功能”模式，在社区设点提供日托、短住与上门服务。构建“轻资产、高人情”的运营模式，是“社区居家养老”的典范。为我国破解“9073”养老困局提供了宝贵范本

/// 项目介绍：本质是“去设施化”，强调生活而非管理，强调融合而非隔离



葵照护是日本养老界标志性的存在，由加藤忠相先生于2006年创办，以独特的**社区化、小规模、多功能照护模式**闻名，主要服务对象是“非健康老人”，即失能、失智（认知症）或两者兼有的长者

01/核心理念

以“创造让用户‘还想再多活一年’的世界”的定位超越基础照护，上升到生命品质与生活意欲的层面，让老人更有尊严和有价值的生活

02/业务定位

- 葵照护的业务定位**基于社区的“小规模多功能”整合照护服务提供商**，它不是一个养老地产商，而是一个**专业的养老服务网络运营商**
- 不是传统的“养老院”或“护理机构”，旨在打造一个**“没有围墙的社区中心”**。它打破了养老机构与社区之间的物理和心理隔阂，旨在创造一个融合公共空间和护理设施的复合环境
- 其机构通常位于普通社区之中，与居民混居，让长者能够继续留在自己熟悉的环境中生活。这种定位的本质是**“去设施化”，强调生活而非管理，强调融合而非隔离**

产业模式：打破常规照护，小规模多功能的养老服务网络模式

小规模多功能模式 (takurosho)

在组织形态上，葵照护是典型的小规模多功能型护理机构（日文称“宅老所”，takurosho）。通常是轻资产投入，在普通住宅区内租赁或改造的一户建（独栋住宅）或小型公寓，类似家庭环境，服务半径仅限于周边15-20分钟车程的社区，整合了多种服务功能：

- **日间照料 (Day Care)**：白天为社区长者提供照护服务
- **短期入住 (Respite Care)**：为家庭照护者提供最长达30天的短期居住服务，用于缓解家庭照护压力或应对紧急情况，提供喘息服务
- **团体家屋 (Group Home)**：为少数认知症长者提供24小时的居住服务
- **居家访问 (Home Visit)**：为有需求的长者提供上门照护服务

这种模式灵活、高效，能够以一个“据点”辐射整个社区，满足长者在不同阶段的多样化需求



社区中的家 灵活性高 轻资产运营 人情味浓



强调尊严与自主的“减法”照护

- 与传统“加法式”的包办服务不同，葵照护奉行“减法”照护。护理员的角色是“陪伴者”和“协助者”，而非“服务员”
- 工作人员与长者的比例经过精心设计（法定服务人数为29人以下），确保能够提供及时支持，而非过度干预
- **鼓励并支持长者做力所能及的事情**，例如参与烹饪、打扫、购物等日常家务

通过劳动和参与，长者能重获自我价值感和对生活的掌控感



个性化的“开关”理论

- 机构会为每位长者制定极其个性化的照顾计划。工作人员会深入了解长者的职业经历、兴趣爱好和性格特长，从中找到能激发其活力和热情的“开关”，比如曾是工程师的长者可能会被邀请修理简单的东西、做手工、网上销售等
- 没有固定的时间表，长者可以根据自己的意愿安排一天的作息

通过创造机会让他们发挥长处，帮助他们重新建立自信和存在的的精神价值



无围墙的社区化运营

- 葵照护以开放式的设计与运营模式构建社区融合生态：无围墙式布局搭配向全民开放的餐厅、咖啡馆及公共交流空间，既保障长者自由外出活动的自主权，又吸引社区居民共享配套资源、孩童参与互动，实现康养机构与社区生活的无缝衔接

“开放照护风格”让长者、家属、员工和邻里都参与其中，形成一个支持性的社区生态系统

对中国产业的启示：为中国破解“9073”居家养老困局、实现有温度的康养提供了借鉴

理念借鉴

从“管理控制”到“赋能支持”

- 中国康养企业需要进行一场深刻的理念革命。应将核心目标从“如何安全、高效地管理老人”转变为“如何支持长者有尊严、有乐趣、有价值地生活”。
- 真正尊重长者的个体差异和自主选择权，将服务的重点从满足生理需求，提升到满足心理、社交和自我实现的精神需求层面

服务借鉴

从“标准化流程”到“个性化叙事”

- 未来康养服务的核心竞争力，在于**服务深度与人文温度**。企业需建立以“生命叙事”为核心的客户洞察流程，培养员工成为“倾听者”与“潜能发掘者”，精准匹配需求，打造“一人一策”的定制化方案
- 将康复、娱乐、社交等服务无缝融入日常生活，以场景化体验替代刻板“课程式”安排，实现长者**生理、心理与社会价值的多维满足**



对中国康养产业的启示

模式借鉴

从“大型化、孤岛化”到“小型化、社区化”

- 放弃对“养老大盘”、“养老城”等大型、封闭式项目的迷信，转而探索植根于社区的小型、嵌入式养老模式
 - ✓ 保持原有社交网络
 - ✓ 降低孤独感和不适应
 - ✓ 有效利用现有社区资源
 - ✓ 降低运营成本
- 适合中国房企、物业公司转型。可利用现有小区物业用房或租赁民宅，快速建立服务网络

运营借鉴

从“封闭运营”到“开放链接”

- 打破机构的围墙，主动与社区链接。可以将机构内的部分设施（如餐厅、活动室、康复中心）向社区居民开放，组织跨代际的互动活动
- 营造一个老少共融的和谐社区氛围，为长者提供丰富的社交刺激

2025

感谢观看!



人民政协报

人民政协报文化传媒有限责任公司



北京百慧信息咨询有限公司